TRADUCTION, ADAPTATION
ET
ÉDITING MULTILINGUE

Deuxième édition
revue et mise à jour
en septembre 2000
par
Franco Troiano



Franco Troiano

Jacques Permentiers **Erik Springael**

Traduction, adaptation et éditing multilingue

Mode d'emploi
des services linguistiques et multimédias

Préface de Giancarlo Marchesini,
professeur
à *l'Ecole de Traduction et d'Interprétation* (ETI)
de l'Université de Genève

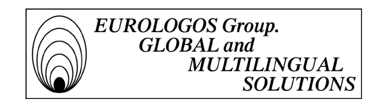
T.C.G. Editions
Bruxelles



Illustration de couverture :
saint Jérôme (patron des traducteurs)
de Antonello da Messina (1430-1470).
Londres, National Gallery

Telos Communication Group Editions
197, av. de Tervueren - 1150 Bruxelles
Bruxelles 2000
ISBN 2-9600071-0-7
.

Au traducteur méconnu et inconnu



Traduction, adaptation et éditing multilingue

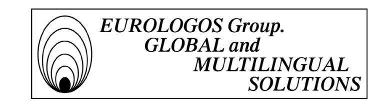
Ce livre est le fruit de plus de vingt années d'expérience dans le domaine du copywriting, de la traduction et de l'éditing multilingue. Il pose le problème de savoir **ce que qualité linguistique veut dire** dans les professions du publishing multimédia. Ayant travaillé ensemble pendant plus de dix ans, les auteurs ont voulu proposer un manuel pratique pour répondre aux nombreux problèmes et questions (souvent mal formulés) qui se posent lorsqu'il s'agit de traduire et d'imprimer des mots. Surtout en plusieurs langues.

Les auteurs

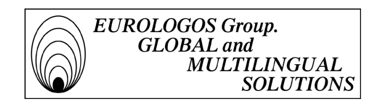
En 1977, **Franco Troiano** fonde Eurologos, entreprise de services linguistiques. Après avoir créé en 1989 une filiale de prépresse et multimédia (Littera Graphis), il bâtit un réseau de dizaines de sièges Eurologos sur quatre continents (des sièges “**glocaux**” – il aime préciser – c’est-à-dire **glo**baux et lo**caux** en même temps). Et, sous l’enseigne “il faut produire la langue là où elle est parlée”, on dirait que cela ne peut que continuer.

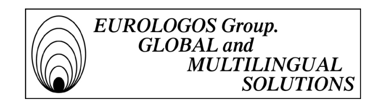
Jacques Permentiers est titulaire d'une licence en philologie germanique doublée d'une maîtrise en traduction FR (NL-DE-EN) obtenue en 1981. Membre fondateur de la Belgian Quality Translation, il est un des professionnels parmi les plus connus et appréciés du marché belge.

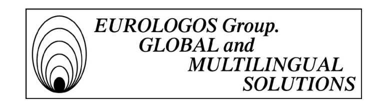
Erik Springael, après un passage en tant que copywriter publicitaire, a pu s'adonner à sa passion : l'éditing industriel. Traducteur de formation (il parle couramment cinq langues), il a pu aboutir à la maîtrise des technologies modernes de l'édition commerciale et publicitaire grâce à son savoir-faire de linguiste et de rédacteur-concepteur.



Sommaire


EUROLOGOS Group.
GLOBAL and
MULTILINGUAL
SOLUTIONS


EUROLOGOS Group.
GLOBAL and
MULTILINGUAL
SOLUTIONS



Quatrième partie

De la qualité-adaptation à la qualité-éditing

Cinquième partie

Du multilinguisme au prépresse et à l'éditing : l'ère des entreprises multinationales de services linguistiques

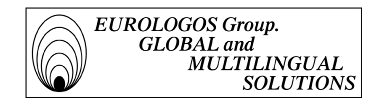


Sixième partie

Des services d'interprétation au service congrès

Septième partie

La qualité-éditing multilingue et l'environnement économico-politique



Huitième partie

Glossaire de la traduction, de l'adaptation et de l'éditing multilingue
Pour parler le même langage, mieux vaut peser ses mots

Postface de la deuxième édition de Franco Troiano

Le marché, la quête de l'excellence des multinationales de la traduction et la tentative utopique de certifier l'écriture

Annexes

Annexe n° 1
Traduction automatique ou traduction assistée par ordinateur ?
Un exemple de traduction automatique : SYSTRAN

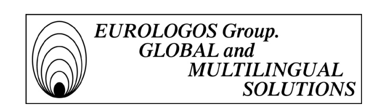
Annexe n° 2
Conférence de Franco Troiano à l'Ecole Supérieure de Langues Modernes pour Interprètes et Traducteurs de l'Université de Trieste, le 20 mars 1995 : "Le marché des services linguistiques et les débouchés professionnels pour les traducteurs et les interprètes"

Annexe n° 3
Conférence de Franco Troiano lors du séminaire FEDER.CEN.TR.I à Bologne, 1996 : "La qualité linguistique en éditing multilingue en éditing multilingue : conditions et méthodes pour la produire"

Annexe n° 4
Conférence de Pascale Sterkendries, Project Manager à Eurologos Bruxelles, au Palais des Congrès de Bruxelles, le 15 septembre 1998 : "La secrétaire à l'époque de la globalisation où l'offre est plus importante que la demande"

Annexe n° 5
Conférence de Sébastien Chipot, Traducteur et Project Manager à Eurologos Bruxelles, à l'Université de Portsmouth, G.B., le 30 avril 1999 : "La globalisation des marchés et la production de l'éditing multilingue"

Annexe n° 6
Conférence de Sandrine Olejnik au congrès de l'Association Européenne de Terminologie, à Paris, en mai 1999 :
"La terminologie appliquée aux services de traduction et d'éditing multilingue"



Principales références bibliographiques

Florilège des critiques

Notes

Index des noms



Avant-propos de la deuxième édition

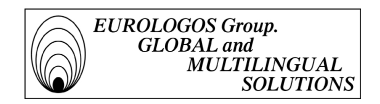
Où l'on relate le sort de la première édition du livre de 1994 et son accueil favorable dans plusieurs universités européennes. Et où l'on présente la nécessité d'une mise à jour du livre face au développement très rapide de la multinationalisation des services de traduction.

Une humble récidive

A défaut de cultiver la modestie, nous étions très humbles lors de la publication, en 1994, de la première édition de ce livre. Nous pratiquions d'ailleurs, ni plus ni moins, l'humilité propre aux professionnels de l'écriture. Celle fondée sur le doute systématique d'une erreur orthosyntaxique toujours possible et sur le mystère immanquablement douloureux de l'écriture traductive. Nous continuons à penser, aujourd'hui encore, que la modestie demeure une vertu médiocre sinon suspecte. Surtout pour les traducteurs qui sont habituellement jugés immodestes et hypersusceptibles.
Il faut convenir que des gens qui noircissent des milliers de pages par an, tout en pouvant se tromper au moins une soixantaine de fois par ligne, ne peuvent pas être modestes. Ils peuvent (doivent) être humbles, profondément humbles, mais pas modestes. On pourrait même dire qu'ils sont contraints d'être humbles par nécessité professionnelle et immodestes par vertu intellectuelle.
Ainsi, lors de notre "bon à tirer" pour la première publication de ce livre nous nous devions d'être discrètement effacés. Nous l'étions également pour une autre raison, moins structurelle et plus anecdotique : jamais un livre traitant des problèmes de la traductologie appliquée n'avait été publié - à notre connaissance - par des professionnels du secteur privé.
Nous avions consulté pas moins de trois cents ouvrages traitant des problèmes de la traduction, tous écrits par des professeurs, terminologues, chercheurs et autres insignes fonctionnaires. Pas un seul de ces livres n'avait été pondu par un traducteur professionnel ou responsable d'entreprise privée. Par ailleurs, nous étions désormais vexés par l'accusation de plus en plus précise d'acéphalie que des professeurs d'université ou d'écoles de traducteurs adressaient (et adressent encore) aux professionnels des services multilingues. Nous ne supportions plus cette perfide humiliation, d'ailleurs bien étayée et justifiée. C'est donc avec fierté que nous avons reçu les éloges pour notre livre. Surtout ceux provenant d'universités européennes. Nous en publions un florilège en appendice. Les compliments et les appréciations des confrères nous ont également beaucoup touchés, d'autant plus qu'on connaît la parcimonie avec laquelle nos professions applaudissent les traducteurs qui essaient de se distinguer. Les parfois surprenants encouragements de nos pairs, habituellement si hypercritiques, nous ont stimulés à récidiver. En voici le fruit, à nouveau très humble, dans cette édition complétée et mise à jour.

L'internationalisation des services linguistiques et la multinationalisation des entreprises de traduction

Un avant-propos à une deuxième édition ne peut pas échapper au risque de devenir une sorte de postface de la première. Un livre demeure quand même le lieu d'un récit dialogique avec les lecteurs. Il faut donc relater que le stock du premier tirage s'est rapidement épuisé par le seul effet du bouche à oreille (quasiment aucune promotion et encore moins de distribution). Rares n'ont pas été pour nous les surprises de savoir qu'il avait été lu par des lecteurs très attentifs et on ne peut plus disparates : mystère de l'univers du "logos imprimé" toujours imprévisible (ce



que Michel Tournier définit comme la logosphère). C'est un Chinois, par exemple, qui a publié en France un compte rendu minutieux et impeccable du livre, chapitre par chapitre : un véritable Bescherelle qui nous a enchanté. Et c'est d'Angleterre que nous avons reçu la critique la plus radicale sur le livre. Nous ne nous attardons pas sur les louanges préliminaires qu'on nous a adressées pour le style de l'écriture et le fond des argumentations. Nous retenons ici l'attaque en pleine règle contre la totalité du septième chapitre qui, carrément, "n'aurait pas dû être écrit". Le chapitre – vous allez le lire – traite du rapport inéluctable et inescamotable entre la qualité (linguistique) et les moyens économiques réellement disponibles pour la produire. Il fallait, en d'autres termes, parler du nerf de la guerre et de ce qu'on appelle encore la "crise économique". Nous, les pauvres professionnels sectoriels, avons osé le faire. Par ailleurs, nous considérons que ce chapitre demeure parmi les plus remarquables – que l'on nous pardonne – du livre. Nous le republions sans en changer un seul mot, confortés, si l'on ose dire, par le déroulement de l'évolution économique internationale de ces dernières années : nous en avions fait une analyse qui s'est avérée, hélas, précise et que nous ne pouvons que confirmer totalement.

Mais il y a bien des choses que nous avons changées. Sur 314 mots du glossaire, plus d'un quart est nouveau. Les toutes nouvelles technologies de l'ingénierie linguistique, de la télématique, de l'infographie et d'Internet font évoluer nos professions, donc ses mots (ce qu'on appelle la "métalangue de service") avec une vitesse étonnante.

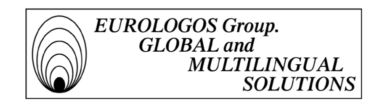
Que l'on pense, par exemple, à l'importance des réseaux internationaux. Le marché du multilinguisme sera de plus en plus sous l'hégémonie des grands groupes multinationaux de la traduction.

Même nous, en tant que Groupe Eurologos, avons dû accélérer la filialisation internationale de nos sièges d'exploitation. En quelques années nous avons fondé pas moins de treize nouveaux sièges internationaux et relocalisés filiales. L'inéluctable globalisation économique de la planète coïncide, en effet, avec l'internationalisation des services linguistiques. Pour notre plus grand plaisir, d'ailleurs.

Cette nouvelle édition veut encore témoigner du développement de ce processus. Tout simplement.

Franco Troiano
Managing director
du Groupe Eurologos

Bruxelles, le 3 septembre 2000



Préface de la première édition

Le panorama des études sur la traduction se caractérise par un double dimensionnement. D'une part, nous avons le binôme étude théorique/manuel pratique; d'autre part, comme disait A. Berman, l'expérience directe peut faire l'objet d'une réflexion qui constitue un type de recherche originale, appelée parfois "recherche d'action" ou "recherche avec emprise directe sur la société", mais difficile à formaliser tant sur le plan de la terminologie que sur le plan de la méthode. Le livre de J. Permentiers, E. Springael et F. Troiano, *Traduction, Adaptation & éditing multilingue*, s'inscrit parfaitement dans cette deuxième filière. Défini comme mode d'emploi/manuel de culture professionnelle, il se présente non seulement comme un outil fonctionnel (l'inclusion d'un glossaire en est la preuve) mais également comme un effort d'analyse descriptive qui tire sa pertinence d'une réflexion sur les points critiques d'un vécu traductif.

Rien d'étonnant, donc, à ce que le concept de référence qui sous-tend le livre tout entier soit constitué par la qualité. Elle intervient au niveau de la structuration de l'expérience (qualité-traduction, qualité-adaptation, qualité-éditing), elle supporte l'analyse textuelle (définition du texte comme produit technico-commercial), elle apparaît comme partie intégrante de la culture du traducteur. Enfin, la qualité, qui apparaît en amont et en aval du transfert proprement dit, est présentée comme un fil rouge qui permet aux auteurs d'articuler une analyse qui devient ainsi essentiellement pluridisciplinaire, polyvalente et active.

D'autre part, la réflexion sur des points critiques ponctuels permet aux auteurs d'expliciter un certain nombre de caractéristiques essentielles du "métier" : traduction vs adaptation, traduction et services linguistiques, terminologie et linguistique, multilinguisme, culture et spécialisation, correction, révision et contrôle, le mot imprimé et la lecture, la "littérature" technique, le client, *above-the-line* vs *below-the-line*, la valeur et la déontologie, etc. Autant de jalons d'un itinéraire parsemé d'embûches et de pièges.

De toute cette réflexion se dégage, finalement, l'image d'un type de traducteur qui pourrait surprendre certains : celle d'un rédacteur, lecteur, philologue au sens d'amoureux et de connaisseur de sa langue, homme de culture et de conscience stylistique, polyvalent, "littéraire", ouvert, généraliste, avant tout préoccupé par la qualité et la finition de son travail.
Et ce sont précisément toutes ces caractéristiques qu'on peut retrouver dans le style et la démarche des auteurs d'un livre innovateur et original à tout point de vue.

Hugo Marquant
Conseiller scientifique
à l'Institut Libre Marie Haps de Bruxelles
pour Traducteurs et Interprètes



Préface de la deuxième édition

Multiprocesseur, multimédia, multitâche... Des termes devenus familiers, car ils font désormais partie du quotidien de la plupart d'entre nous.

Qu'en est-il de l'éditing multilingue ? Que signifie au juste cette nouvelle expression ? Quelle réalité veut-elle identifier ? Comment et où se situe-t-elle par rapport à la traduction ?

S'agit-il d'un processus heuristique ? C'est-à-dire une méthode consistant à choisir et à affiner ses propres instruments d'intervention, après avoir circonscrit soi-même son domaine de recherche. Ou bien, avec un petit clin d'oeil au marketing, s'agit-il d'un mode de présentation de cette réalité encore insondable qui sépare une bonne traduction d'une mauvaise ?

Ce n'est pas sans un certain scepticisme que j'entame la lecture de *Traduction, adaptation & éditing multilingue*. Pourtant, je m'aperçois rapidement que les auteurs parlent en parfaite connaissance de cause. En fait, ils atteignent même un niveau de conceptualisation efficace de notions que j'ai découvertes au fil des années de pratique et d'enseignement de la traduction. Ces notions sont d'autant plus intéressantes qu'elles se fondent sur la réalité de la traduction pour rejaillir sous forme de théorie. Car il est vrai que la révision est le point crucial d'une traduction réussie. Dans la plupart des cas, le traducteur – souvent indépendant – est le seul réviseur de son travail. Dans sa lutte contre les délais impartis, il lui faut trouver du temps dans le temps; inventer des stratégies pour prendre le recul qui lui permettra de se relire avec un regard différent. A ce propos, Permentiers, Springael et Troiano ont raison d'affirmer que, *"... ce n'est pas le texte qui doit 'reposer', mais c'est son traducteur qui doit s'en remettre"*.

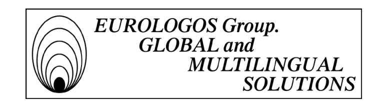
Dans son modèle de traduction par abduction, Dinda L. Gorlée formule l'hypothèse d'une phase d'accomplissement relatif[1] durant laquelle le traducteur est plus ou moins satisfait de son travail. S'il dispose de suffisamment de temps, autrement dit, si le client peut lui en laisser, il atteindra une phase marquée par une plus grande intervention rédactionnelle dans laquelle le processus "objet dynamique – signe – interprétant" s'interrompt car la sémiose lui a apporté un résultat optimal.

C'est avec un amour de l'écriture qui va au-delà de la citation anecdotique (*"...c'est au moins pour cela que le mot imprimé a et aura toujours le dernier mot"*), que les auteurs font référence à l'exemple de Proust qui a investi énormément de temps à peaufiner et à parfaire la *Recherche* jusqu'à l'obsession. Il me paraîtrait ici presque indécent de passer sous silence les choix réfléchis, complexes, toujours heureux et certainement laborieux de Giovanni Raboni dans sa magnifique traduction italienne de Proust.

Nous sommes tous conscients que ces nobles exemples sont limités par les possibilités financières d'un éditeur éclairé. De nos jours, quelle multinationale peut espérer que le traducteur a achevé le processus de sémiose l'amenant à la solution la plus satisfaisante ?

Nous arrivons au point où le métier de traducteur se transforme en activité de service faisant entrer en jeu un réviseur externe, un terminologue – que les auteurs, avec une certaine élégance

[1] Il s'agit de la phase que le traducteur atteint après un va-et-vient continu entre microscopique et macroscopique ainsi qu'à travers des processus décisionnels fondés sur une structure tramée (associative network).



culturelle, appellent terminographe – ainsi que des collaborateurs de la filiale du pays concerné pour le sociostyle. C'est le moment où l'éditing multilingue prend toute sa signification. En effet, l'accélération des processus de production et de communication impose des choix toujours plus rapides qui doivent être répartis entre plusieurs personnes. Notre époque se caractérise par le besoin de prises de décisions collectives, parce que la responsabilité et les capacités d'une seule personne peuvent s'avérer limitées ou inadéquates.[2] Dans cet esprit, le traducteur doit renoncer à l'idée que son texte est définitif et immuable. Une fois les conditions d'une collaboration constructive réunies, il doit accepter que son travail soit revu et corrigé par un spécialiste de marketing. Ce dernier connaissant bien son public et ses attentes, appliquera un lexique délimité sur le plan de la terminologie (technolecte) et exercera un droit d'intervention qui découle de sa propre expérience professionnelle.

C'est là que réside l'essence même de la succession qualité-traduction, qualité-adaptation et qualité-éditing préconisée et appliquée par les auteurs. Il s'agit d'une collaboration au sein de laquelle chacun doit se reconnaître comme un maillon de la même chaîne sur laquelle il est de l'intérêt de tous d'éviter un point faible, que ce soit au niveau de la rédaction (copywriting), de la traduction ou de la révision. On arrive ainsi implicitement à vaincre l'incompatibilité structurelle qui existe entre le traducteur et le bureau de traduction ou le traducteur et le client. Incompatibilité qui, pendant de nombreuses années, a donné une touche parfois folklorique à la traduction.

Les auteurs semblent parfaitement à l'aise dans cette vision futuriste, mais peut-être déjà actuelle, de la communication externe à l'entreprise. Ils en connaissent les instruments, les modalités et la déontologie. Ils ouvrent une perspective dans laquelle la compétence de chaque intervenant va de pair avec son sens des responsabilités et sa conscience des fonctions qu'il exerce.

A ce point, je me permettrai une considération qui, bien qu'elle puisse sembler inquiétante, me paraît nécessaire pour modérer d'éventuels excès d'optimisme. Un passage du livre affirme, à raison, que le traducteur est le lecteur par excellence. Pourtant, d'un point de vue sémiotique, on peut affirmer que toute forme de lecture est une traduction. De ce fait, même la lecture du réviseur ou du responsable de l'éditing multilingue, est sujette à une coopération interprétative. Autrement dit, la lecture se fonde sur l'encyclopédie personnelle de l'individu, échappant ainsi au critère d'objectivité que semble suggérer l'expression "zéro défaut" (chapitre 4.3).

En paraphrasant l'expression si bien trouvée par Umberto Eco, on pourrait affirmer que la traduction est elle aussi une "machine paresseuse". En effet, en matière de révision, elle offre de multiples possibilités et confie une part du message à un "non dit" qui peut s'avérer comme éminemment efficace pour la communication. Les variantes entre différentes révisions ne se limiteront donc pas au choix d'idiolectes – ce que les auteurs condamnent à juste titre comme "agressivité linguistique". Non, car elles pourront mettre en cause une stratégie plus étendue et plus structurée sur la base de laquelle, par exemple, on évaluera la nécessité d'éclaircir certains noeuds logiques ou certains passages-clés du texte. A ce point, on peut se demander qui peut

[2] Qui sait combien de décisions fausses ont été prises parce que toute la responsabilité a été confiée à un seul individu que l'on a peut être appelé sur son téléphone mobile alors qu'il s'apprêtait à prendre l'avion?



juger de la nécessité réelle d'ajouter ou d'éliminer certains éléments explicatifs, sous prétexte de contribuer à l'intelligibilité de la communication ? A partir de quel degré d'intervention peut-on parler d'hypertraduction ?

En dépit des tentatives de colonialisme culturel et de ce que j'ai défini ailleurs comme "sémème interlinguistique", la traduction, comme l'écriture, restent des phénomènes extrêmement subjectifs. En tant que tels, ils échappent à toute volonté de catégorisation normative. C'est dans cette perspective, aussi stimulante qu'inquiétante, que je conclurai avec une importante citation de Jakobson qui va bien au-delà de l'aphorisme. Les auteurs l'ont d'ailleurs bien intégrée, puisqu'elle ressort en filigrane tout au long de leur ouvrage : "Les langues diffèrent essentiellement par ce qu'elles *doivent* exprimer et non par ce qu'elles *peuvent* exprimer".

Giancarlo Marchesini
Professeur à l'École de Traduction et d'Interprétation
de l'Université de Genève



Préface de l'édition allemande

Le traducteur – un “danseur enchaîné” ? Un artiste qui dans l’exercice de son art ne jouirait d’aucune liberté mais serait – en quelque sorte - ligoté ? Un acrobate de la langue accomplissant le grand écart entre deux cultures ? Un entrepreneur, tenu de faire face à la disproportion de l’offre et de la demande par son habileté économique. Un spécialiste des médias doté du savoir-faire technique lui permettant de propulser son produit jusqu’à la vente, par ses propres moyens ?

Les auteurs du présent ouvrage dressent un portrait riche de facettes et de perspectives de l’acte funambulesque du traducteur, partagé entre l’art et le calcul pragmatique, l’esthétique et la rentabilité, les principes moraux liés à sa profession et conditionnés par la tradition et l’innovation technologique, les exigences du client et la responsabilité, la concurrence et l’assurance de la qualité. Leur propos n’était point d’écrire un manuel scientifique, ils aiment à le réaffirmer encore et encore, mais bien, comme l’exprime le sous-titre, un *mode d’emploi des services linguistiques et multimédias.* Fruit d’une expérience professionnelle de longue haleine, l’ouvrage propose de prendre connaissance des principes et des stratégies qui régissent une entreprise de traduction ayant su s’adapter avec succès aux exigences d’un domaine professionnel en profonde mutation due au multimédia.

L’ouvrage n’intéressera pas seulement les premiers visés, à savoir les collaborateurs de services linguistiques, mais aussi les diplômés universitaires en traduction et interprétation qui n’ont en règle générale, dans le meilleur des cas, qu’un stage pour se faire une idée de ce qu’ils pourraient connaître ensuite dans la vie professionnelle. Saluons aussi, pour cette raison, la venue d’un livre qui, contrairement à la littérature scientifique spécialisée, se place résolument dans la perspective de l’expérience professionnelle.

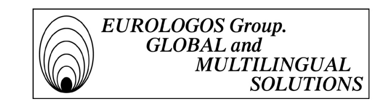
En nous guidant à travers les différents stades qui jalonnent la production du texte à traduire – de l’analyse de traduisibilité au bon à tirer pour l’impression ou le studio d’enregistrement – les auteurs nous éclairent sur les mécanismes de l’éditing multilingue et sur la logistique qui le sous-tend. Contact entre le traducteur et le donneur d’ordre, traductions par principe uniquement dans la langue maternelle du traducteur, nouveau contrôle du texte par des réviseurs de même langue maternelle, multilinguisme par le biais d’une équipe multinationale dans l’entreprise - tous ces critères contribuant à garantir la qualité du produit final et ayant déjà fait leurs preuves dans la pratique. L’acte de traduction en lui-même, le transfert du texte de la langue source à la langue cible, n’apparaît dans le cadre de l’éditing multilingue que comme une phase – certes déterminante – parmi d’autres d’un processus de production complexe qui, dans chacun de ses différents stades, sera accompagné d’un nouveau spécialiste. Dans ces conditions, il apparaît clairement qu’une gestion rigoureuse des projets est aussi importante que la coopération entre les intéressés.

En dernière partie de livre, les auteurs ont rassemblé un glossaire dont les termes éclairent une nouvelle fois de façon lumineuse le champ professionnel étonnamment diversifié dans lequel baigne à leur avis le traducteur : outre les termes de “l’ère PostScript”, le lecteur retrouvera des notions issues de la rhétorique antique côtoyant des entrées du marketing et des concepts relevant de la traductologie comme de la science de l’interprétation. En dépit de toutes les innovations tournées vers le marché, les auteurs s’attachent à l’acquis traditionnel et à la tradition, dont les qualités ne sont plus à démontrer. Avec leur livre, ils ont entrepris, dans le dialogue entre textes et représentants de la science de la traduction et de l’interprétation, de



présenter le point de vue et l'orientation d'une entreprise de traduction qui doit répondre de manière opportune aux exigences du "secteur de la communication".
Quel profil du traducteur ce livre dépeint-il ? De quelles qualités et qualifications doit-il faire preuve dans l'optique du professionnel ? Quoi qu'il advienne, les auteurs, bien placés pour le savoir, le voient imperméable à toute influence techniciste. Mais pas seulement : en dépit de toute la spécialisation aujourd'hui indispensable dans le cadre de notre savoir en développement rapide, voulu pour une grande part par les médias électroniques, le traducteur ne peut être un idiot-savant, un glossaire terminologique ambulant, un "technocrate de la langue". Le traducteur qu'ils se souhaitent possède une large culture générale, une compétence parfaite dans sa langue maternelle et une sensibilité esthétique. Il sera "généraliste", capable, de par sa formation générale, de venir à bout des missions spécifiques aux exigences de spécialisation de son quotidien professionnel. Cette conception doit être approuvée sans réserve. La formation des interprètes et des traducteurs doit en suivre l'exemple de très près.

Dr. Heidi Aschenberg
Privat-Dozentin à l'Université de Heidelberg



Note des deux traductrices germanophones sur l'édition allemande

Hommage à une traduction inachevée et à un jeune traducteur disparu trop tôt

Nos collègues du siège Eurologos de Milan qui ont réalisé – eux aussi – la traduction de ce livre, ont décrit leur travail comme une escalade finalisée par le franchissement du Mont-Blanc : de Chamonix à Courmayeur. Une sorte de transport polyglotte, à travers les Alpes, d'un emballage plein de mots mis en péril par le passage des crêtes rocheuses et abruptes de la frontière franco-italienne.

Quant à notre transposition, nous avons dû franchir – tout simplement – les ondes et les courants puissants du Rhin. Qui connaît les forces tumultueuses (ô combien mythiques) de ce fleuve tant contesté sait que notre tâche n'a pas été plus facile que celle des Milanais.

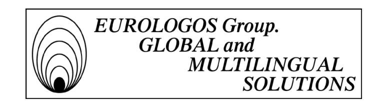
Nous avouons cependant avoir une dette de reconnaissance vis-à-vis de Joachim Quast[3], le traducteur du département allemand de notre siège central à Bruxelles. Il a disparu prématurément avant de pouvoir compléter et procéder au peaufinage de sa traduction allemande. Ce linguiste chevronné, philologue passionné et polyglotte étonnant – il parlait impeccablement le français, le néerlandais, l'anglais et l'italien et était, de plus, familier avec l'arabe et le népalais – a laissé son empreinte traductivement fidèle sur ce texte si espiègle et foisonnant. On pense notamment aux passages dans lesquels on met en garde le cuisinier-traducteur de bien préparer les textes, en dépit de quoi ils s'affadissent et perdent de leurs piments, ou à la patronne de l'auberge qui ne cuisine que dans sa langue maternelle. Les métaphores culinaires, entre autres, de ce texte ont représenté pour nous, traductrices germanophones qui devions traduire dans une langue maternelle réputée comme fonctionnelle et analytique, un problème conséquent que nous avons essayé de surmonter.

Heureusement – si l'on ose dire – nous avons dû beaucoup ajouter au texte que Joachim Quast nous a "légué". En effet, cette traduction a été réalisée sur la base de la deuxième édition en français, récemment modifiée et mise à jour par notre Managing Director Franco Troiano (plus d'un tiers des trois cents mots du glossaire ont été changés). Les nouvelles entrées relèvent principalement des domaines de la communication moderne et de l'Internet, comme "Web Site Publishing", "Translation Memory System" et "Provider". L'évolution technologique qui progresse très rapidement impose des refontes continues. A présent, à vous de juger le résultat de notre travail. Nous n'évoquerons que ce qui fut notre souci principal tout au long de ces deux cents pages à traduire : à l'instar du principe directeur de la méthode traductive d'Eurologos, nous avons privilégié la fidélité sémantique propre à la littéralité stylistique.
Et vous le lirez à plusieurs reprises : littéralité ne signifie pas traduction mot à mot.
Vous avez notre parole.

Marlene Pfaff
Translation Quality Control
Eurologos-Cologne

Claudia Schneider
Translation Quality Control
Eurologos-Cologne

[3] Joachim Quast, jeune traducteur allemand très apprécié de ses pairs et de beaucoup de clients, est subitement décédé le 4 janvier 1997. Seul le souvenir encore vivant de son savoir-faire compense le vide professionnel qu'il a laissé chez nous.



Préface de l'édition anglaise de Myriam Salama-Carr

J'ai découvert pour la première fois ce livre alors que venait d'en être publiée la première édition (1994) intitulée *Traduction, Adaptation et Éditing multilingue* et j'envisageais alors d'en faire la critique dans la revue *The Translator*. Une critique du livre est effectivement parue dans le numéro de novembre 1995 et c'est un réel plaisir de constater qu'il est aujourd'hui rendu accessible à un public beaucoup plus large grâce à la traduction en sept langues de sa deuxième édition. La version originale a donné lieu à un impressionnant projet d'écriture multilingue qui vient contrebalancer dans une certaine mesure la nature paradoxale des études de traduction, domaine dans lequel métalangue et langue sont liées, et où relativement peu de livres bénéficient effectivement de leur propre traduction.

Bien qu'orienté vers la pratique, *Translation, Adaptation & Multilingual Éditing* illustre parfaitement comment pratique et théorie peuvent se combiner de manière informative et divertissante. Ce livre rend parfaitement compte de la complexité de la traduction et met l'accent sur la qualité du produit final vis-à-vis du marché de la traduction. Les auteurs nous font parcourir les différentes étapes du processus de traduction – le processus étant ici compris dans son contexte professionnel où le travail d'équipe constitue un facteur clé. Ce livre traite également de l'interprétation et de ce que cela implique en termes de préparation et de support écrit, ainsi que des nouvelles technologies et des nouvelles perspectives que celles-ci laissent entrevoir pour les traducteurs. De plus, les auteurs proposent une interprétation de la conjoncture économique dans la mesure où celle-ci affecte le marché de la traduction. Il s'agit en définitive d'un ouvrage très pratique qui traite avec succès de quelques-uns des aspects les plus théoriques des principaux problèmes de traduction. *Translation, Adaptation and Multilingual Éditing* constituera un ajout utile et innovateur dans toute bibliographie à vocation professionnelle des cours de traduction.

Il convient de reconnaître un certain mérite aux traducteurs qui ont dû traduire un texte ciselé pour lequel les auteurs ont apparemment pris plaisir à jouer avec la langue et où l'exactitude terminologique se retrouve mêlée à un style simple et familier. Même si l'on prend en compte "l'(admirable) souplesse et la tolérance de la langue anglaise", mentionnées par les traducteurs anglais dans leurs notes, la traduction de ce livre n'a pu être tâche aisée ! Selon toute vraisemblance, les bons ouvriers n'ont pas à condamner leurs outils.

Myriam Salama-Carr
Professeur à l'université de Salford, Grande-Bretagne



Note des deux traductrices anglophones sur l'édition anglaise

Entre le géostyle américain et le britannique

A l'instar de la méthode de transposition utilisée dans les sièges du Groupe Eurologos, nous avons traduit ce livre en tandem. L'une traduisait et l'autre révisait, et vice-versa : telle était et demeure notre devise. La deuxième traductrice révise la première version et propose ses corrections à sa collègue afin qu'elle puisse les introduire après les avoir validées de façon critique. Et l'on peut être sûr que le syntagme "validées de façon critique" est, dans ce cas, bien justifié : il n'est rien de plus archicritique que l'attitude du traducteur à qui on a "osé" corriger un texte ! L'habitude d'être révisé et de réviser en même temps atténue cette hypersensibilité délicieusement maladive qui est bien connue de tout professionnel de l'écriture multilingue.

Cependant, notre problème majeur dans cette traduction a été tout autre : le géostyle. Nous avons même hésité devant l'alternative qui nous a été initialement posée : celle de publier une ou deux éditions de ce livre. En effet, il n'est pas rare que nos clients internationaux publient leurs catalogues et leurs brochures aussi bien en "anglais britannique" qu'en "anglais international" (américain). Nous aurions pu - tout naturellement - éditer deux livres : un pour le marché anglo-européen et l'autre pour le reste du monde. Nous avons tout de même opté pour une édition unique, à l'enseigne – si l'on peut dire – des éditions *Pinguin*.

Par ailleurs, à la tendance bien évidente suivant laquelle l'américain diverge en morphologie et en terminologie par rapport à l'anglais britannique, nous constatons un processus d'homogénéisation que l'on pourrait définir de "retour" provoqué par l'interaction des intenses communications mondiales – télévision, cinéma, Internet, échanges commerciaux, publicité, littérature et langue véhiculaire des relations cosmopolites – immanquablement réalisées en anglais "standardisé".

La modestie qui devrait être imposée de rigueur à tout anglophone pour avoir gagné, de facto, la bataille pour le leadership dans la communication planétaire, ne doit pas pour autant cacher que presque la moitié des programmes de télévision outre que deux tiers des bases de données sont préparés dans la langue qui fût celle de notre Shakespeare à tous. Pour ne pas parler de la communication scientifique et commerciale !

En effet, après l'ère de l'empire britannique on assiste à la progression tranquille et spontanée de l'hégémonie américaine. Il faut cependant remarquer qu'heureusement et paradoxalement, la mondialisation impose un retour aux idiomes locaux : la concurrence économique internationale, en effet, se réalise également par le biais des langues et des géostyles des pays cibles d'un point de vue marketing : même les Américains doivent désormais tout traduire pour être compétitifs sur les marchés internationaux.

Par ailleurs, ne vante-t-on pas la souplesse et la tolérance exemplaires de la langue anglaise à s'adapter à toute latitude et longitude ? Son mimétisme, capable d'intégrer sans complexe dans sa structure les influences culturelles et linguistiques de peuples on ne peut plus divers est désormais proverbial. Que l'on pense, par contre, aux efforts de la langue française, si traditionnellement et frileusement imperméable (tout au moins dans ses intentions !) à toute "contamination linguistique".



L'évolution tumultueuse et véloce des langues, et tout particulièrement de la langue anglaise ne cesse – en tout cas – de nous étonner.
Par ailleurs, les parcours et les destins d'une langue n'apparaissent clairement qu'après beaucoup d'années. Dans une introduction de notre très cher dictionnaire Webster paru aux premières années du XIXe siècle, l'on préconisait comme langue du futur le... persan !

Quant à nous, nous serions déjà comblées si notre effort de traduction de ces pages pouvait contribuer un peu à l'approfondissement de la culture traductologique de notre profession. Malgré, et peut-être même grâce, à notre édition unique.

Mary Kennedy
Translation Quality Control
Eurologos-Bruxelles

Kate Lindsay
Translation Quality Control
Eurologos-Bruxelles



Préface de l'édition espagnole de Joaquín García Palacios

Au commencement était le Verbe, presque personne n'en doute. Pas plus que de la rencontre de deux châtiments divins, le travail et la confusion des langues, est né l'un des plus beaux métiers, celui du traducteur. Métier de trahison, disaient-ils, travail impossible, tâche décourageante, effort silencieux, jamais récompensé et à peine reconnu… Mais qui sont les maîtres du mot, de ces mots qui jour après jour n'ont de cesse de s'échapper de leurs propres limites, et qui préfèrent apparaître librement dans une pagaille multilinguistique aux côtés de leurs congénères à l'apparence et au chant plus ou moins exotique ? Qui sont les bénéficiaires d'un monde qui – du moins dans le domaine commercial – a décidé d'abolir les frontières ?

Il n'y a que dans ce monde d'échange permanent, et à pareille époque, que l'on est à même de comprendre le regard que F. Troiano, J. Permentiers et E. Springael portent sur ce métier, mais également sur l'art et la passion du traducteur, au fil des pages de leur livre qui à présent, dans sa nouvelle édition, s'aventure sur les chemins de l'espagnol.

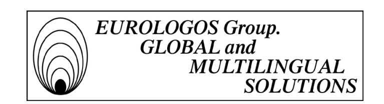
Vaste domaine que celui de l'espagnol, au sein duquel les recommandations acquièrent un sens tout particulier, non pas en raison de leur obstinante redondance, quant au savoir encyclopédique que doit posséder le traducteur sur les entrelacs complexes du langage, où la reconnaissance des différentes variantes géographiques et sociales qui le caractérisent joue un rôle crucial. Ainsi seulement pourra-t-on se situer dans la perspective appropriée visant à accomplir avec succès un travail qui, à chaque étape, doit avoir pour règle fondamentale la conquête de l'équilibre.

L'ouvrage que nous tenons en main propose un parcours qui vise selon différents angles – la critique, le constat de la réalité ou la recommandation – à atteindre cet équilibre nécessaire qui doit déterminer en dernier lieu l'acceptabilité du texte produit, quelle que soit la perspective à partir de laquelle il est évalué.

C'est un mode d'emploi, comme l'indique le sous-titre, aux prétentions éminemment pratiques (bien qu'il soit clairement dit qu'il ne s'agit pas d'une *success story*), qui rejette consciemment les fuites de la réalité favorisées par des approches excessivement théoriques, mais qui à son tour renferme toute une conception de la traduction – en tant que procédé et produit – qui profite de manière évidente à l'apprentissage et à l'enseignement de cette discipline.

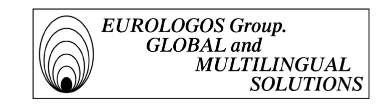
Nous nous trouvons face à une conception théorique avérée qui ne provient pas de la simple spéculation, mais qui est renforcée par la longue expérience des auteurs.

Il est réconfortant de voir comment, à partir de cette expérience, se dégage l'importance de la formation généraliste du traducteur, comment s'accentue la valeur de la collaboration indispensable entre individus de différentes souches intellectuelles, ou comment l'on insiste pour que le texte produit par le traducteur le soit dans une langue ressentie par celui-ci comme maternelle.



Il convient de se réjouir de l'âpreté de la réalité inhérente au travail quotidien, mais aussi, dans une union qui parfois nous semble paradoxale, de la présence de l’amour de la langue, comme épine dorsale, aussi bien de ce livre que du travail propre au traducteur, ce sentiment qui fait paraître pour sien un texte qui, pour paraphraser la chanson, *passe de main en main et que personne ne garde*, ce sentiment qui fait resplendir le passage au contenu le plus ardu, et qui pousse à rechercher obstinément et comme objectif ultime la fraîcheur, un ensemble insaisissable de traits qui va permettre de formuler à un moment donné le compliment “on ne dirait pas une traduction”. Béni soit ce métier.

Joaquín García Palacios
Professeur à la faculté de traduction de Salamanque, Espagne



Note de la traductrice sur l'édition espagnole

Le privilège du rapport direct avec l'auteur et la méthodologie traductive de la fidélité.

Je dois avouer que j'ai été privilégiée dans la traduction de ce livre. Tout d'abord pour avoir suivi de près la naissance (et le succès) de sa première édition en français : Franco Troiano, son principal auteur, en parlait déjà en 1985 lorsque je commençais à travailler dans le département de traduction vers l'espagnol d'Eurologos Bruxelles. Puis j'ai pu assister, encore "en direct", à sa conception et à l'écriture - chapitre par chapitre - de ses deux cents cinquante pages qui ont fini par incorporer notre savoir-faire commun d'entreprise de traduction et d'éditing multilingue. Et enfin, j'ai eu l'avantage de suivre son évolution, au fil des années, jusqu'à sa deuxième édition mise à jour, approfondie et complétée en 1997 toujours par le fondateur et directeur général du Groupe Eurologos, Franco Troiano.

Chaque traducteur sait pertinemment qu'il ne peut travailler dans l'excellence qu'en contact direct avec l'auteur (ou les auteurs) du texte à traduire : j'ai moi-même bénéficié de cet avantage et je l'ai partagé avec deux stagiaires de l'Université de Salamanca qui, en m'aidant dans la préparation de cette édition, ont pu profiter largement d'un contact très proche et presque quotidien avec Franco Troiano, premier auteur du livre mais également son "editor" pour chacune de ses sept éditions en plusieurs langues.

D'un point de vue de la méthodologie traductive utilisée, je me limiterai à trois exemples que je crois assez indicatifs.

Primo. Nous avons d'abord dû décider du géostyle de la langue cible : il existe – comme on le sait – plusieurs styles d'espagnol (comme ceux d'Amérique Latine) s'écartant plus ou moins du castillan de la péninsule ibérique. Nous avons choisi de traduire en castillan, l'espagnol d'Espagne.

Secundo. Nous n'avons pas retraduit nous-mêmes les citations mais nous avons utilisé les textes originaux en espagnol (comme la citation d'Ortega y Gasset tirée de son livre "Misère et splendeurs de la traduction" parue dans notre édition en italien publiée par nos collègues d'Eurologos Milan).

Tertio. Le cas échéant, nous n'avons pas hésité à adapter les textes jusqu'à ajouter des syntagmes, des paragraphes, des références ou des nouvelles citations plus contextuelles. Par manque de mots à la lettre Z du chapitre consacré au Glossaire, nous avons même pris la liberté d'ajouter le terme "zeugma", un trope que tout bon traducteurs connaît, par ailleurs, très bien.

Comme on peut le constater, il s'agit d'une méthodologie de traduction et d'adaptation tout à fait classique. On peut innover dans le style d'écriture mais non dans la fidélité traductive.

María Isabel Casenave
Responsable du département espagnol
Eurologos-Bruxelles

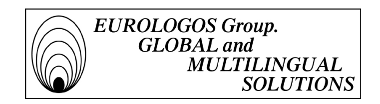


Préface de la première édition italienne 1996 de Federica Scarpa

Par son titre et son sous-titre, *Traduction, adaptation et éditing multilingue. Mode d'emploi des services linguistiques et multimédias,* on peut déjà remarquer la grande originalité de ce livre, qui en constitue le trait principal tant au niveau du contenu - une exploration des rapports existant entre la qualité de la traduction et la réalité du monde du travail - que des moyens expressifs utilisés : et, dans un panorama éditorial d'études faites sur la traduction qui tendent généralement à se répéter, l'originalité n'est pas sans mérite ! Grâce à leur modèle de différenciation des quatre niveaux de qualité du produit final de la traduction, Franco Troiano et ses collègues établissent en effet un lien entre la théorie et la pratique de la traduction, grâce auquel le concept de qualité en traduction est replacé dans le contexte de la réalité socio-économique dans lequel les traducteurs travaillent actuellement. Une opération de ce genre, qui ne pouvait réussir qu'à des entrepreneurs du secteur, tels que les auteurs du livre, devrait aussi s'inscrire parmi les objectifs finaux de toute faculté universitaire d'interprètes et traducteurs digne de ce nom.

Je disais donc que même le style dans lequel est rédigé le livre reflète cette unicité : à la rigueur terminologique dont témoigne le "Glossaire de la traduction, de l'adaptation et de l'édition multilingue" qui figure en appendice, s'oppose le ton vaguement désinvolte que l'on retrouve déjà dans les titres et sous-titres et dont bénéficie l'écriture du livre. Un ton qui a aussi été maintenu dans la traduction italienne : le résultat se traduit par une grande lisibilité, une caractéristique qu'on ne retrouve pas toujours dans les publications spécialisées en traduction rédigées dans cette langue. Voici quelques exemples particulièrement subtils : "Les mystères douloureux de la traduction", "Le couple traducteur-réviseur et la volupté du bic rouge", "Quand la cigale fait danser la fourmi", "Les délices de la paresse créative", et bien d'autres encore. Ce ton gracieusement humoristique se transforme ensuite en satire féroce quand le point de mire devient ces fantomatiques agences de traduction qui ne le sont que de nom, étant donné que leur rôle se limite au tri des traductions qui sont sous-traitées par des free-lances (cf. le chapitre "Deux lignes, un fax et une boîte aux lettres"). Bien qu'étant destinées à devenir une triste relique du passé dans un marché de la traduction qui devient inévitablement (à raison) toujours plus exigeant, elles continuent encore de faire une concurrence déloyale aux bureaux de traduction qui, eux, peuvent compter sur leurs propres traducteurs internes.

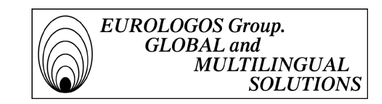
Il est par ailleurs agréable de pouvoir découvrir l'existence d'un livre de vérités qui sembleraient à première vue être contraires aux intérêts d'une agence de traduction : l'impératif catégorique suivant lequel les traducteurs doivent exclusivement travailler vers leur langue maternelle, la valeur de l'alternance entre les rôles de traducteur et de réviseur dans le travail d'équipe, la démolition du mythe du traducteur extrêmement spécialisé en faveur d'un traducteur qui aurait une formation plus classique, la nécessité de réécrire un texte mal rédigé dans le but de le traduire (qu'est-ce que le processus de traduction si ce n'est la réécriture du texte de départ pour l'adapter à la réalité socioculturelle de la langue d'arrivée ?). Tout bien considéré, il s'agit cependant d'un paradoxe qui n'est qu'apparent, puisque l'application de cette vérité, même si elle est plus coûteuse au départ, finit inévitablement par donner des avantages à l'entreprise (cf. le chapitre "La qualité-éditing comme nécessité économique") dont le but, très légitime, est de faire des bénéfices.



La leçon finale est donc que la qualité “paie”, une affirmation qui ne pouvait venir que d’entrepreneurs “éclairés” dont l’ouverture d’esprit est un mérite. Sans tenir compte qu’il a été réconfortant, pour ceux qui, comme moi, enseignent dans une faculté universitaire d’interprètes et traducteurs, de trouver dans le monde du travail une confirmation éclatante de ce que l’on essaie d’enseigner depuis toujours aux étudiants. Un livre comme celui-ci devrait donc trouver place sur les rayons des bibliothèques de toutes les écoles de traduction.

Federica Scarpa
Professeur à l’Université de Trieste

Trieste, 15 mai 1996



Note des deux traducteurs de l'édition italienne 1996

Hommage fait au Poète et au Traducteur par deux emballeurs polyglottes d'une entreprise internationale de déménagement de mots.

Fidèles au principe traductif et à la pratique habituelle de notre entreprise de traduction internationale (le Groupe Eurologos), nous avons traduit et révisé ce livre à deux. Nous l'avons adapté au contexte et au marché italiens bénéficiant aussi de l'étroite collaboration de son auteur principal, Franco Troiano, très italien bien que résidant à Bruxelles depuis une vingtaine d'années.

Nos relectures et nos révisions se sont ainsi tellement enchevêtrées et superposées qu'il serait extrêmement difficile de remonter aux paternités stylistiques, syntactiques et terminologiques du texte final.

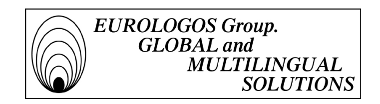
Mais nous ne revendiquons cette méthode de traduction (en tandem) que pour les textes pragmatiques : techniques, professionnels et commerciaux. Plus précisément, ceux de l'édition multilingue et du publishing multimédia.

Par contre, pour les traductions littéraires et poétiques, le chiffre stylistique du traducteur et son idiolecte personnel doivent, avec l'irréductibilité de l'interprétation unique, "signer" la recréation totale, dans l'autre langue, de la version originale. En réalité, l'identité d'un texte littéraire ne peut être rendue dans sa traduction que par l'âme d'un traducteur "inconfus". C'est cette incomparable unicité, cette particularisation déclarée qui fait place à la riche multiplicité des traductions artistiques.

C'est donc avec humilité que nous publions ces pages très pragmatiques de "Mode d'emploi des services linguistiques".

Mais ce n'est pas tout. A cette modestie habituelle et prudemment calculée des traducteurs professionnels s'ajoute, bien à propos, le doute méditatif suscité par la lecture d'une poésie écrite par le poète traducteur Valerio Magrelli. Nous l'avons trouvée dans l'une des publications de l'Ecole de Traducteurs et Interprètes de l'Université de Trieste. La métaphore qu'il utilise, celle des déménageurs de mots emballés avec mille précautions, nous a semblé très expressive et bien adaptée à notre dur travail de traducteur. La fatigue toujours cachée, provoquée par le *trans ducere,* par le fait de transporter des caisses de mots vers des destinations étrangères, devient évidente à la première lecture des vers.

En tant qu'emballeurs polyglottes d'une compagnie internationale spécialisée dans le déménagement de mots, nous n'avons pu résister à l'envie de traduire intégralement cette brève composition du Poète.



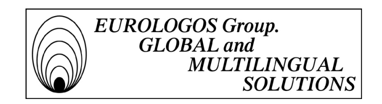
L'emballeur penché
qui vide ma pièce
fait le même métier que moi.
Moi aussi je déménage
les mots, les mots
qui ne sont pas les miens,
et je touche
tout ce que je ne connais pas, sans comprendre
ce que je déplace.
Je déplace tout mon être,
traduisant le passé en un présent
qui voyage scellé
renfermé entre les pages,
ou dans des caisses portant l'indication
"fragile" et dont j'ignore le contenu.
Voilà le futur, la navette, la métaphore,
le temps ouvrier et citérieur,
transfert et trope,
la compagnie de déménagement.

En 1991 déjà, la SSLMIT (Ecole supérieure de langues modernes pour Interprètes et Traducteurs) de Trieste avait organisé un congrès intitulé "En défense des déménageurs de mots" : la métaphore poétique des emballeurs-déménageurs de mots de Magrelli avait ainsi été adoptée par les organisateurs comme exergue de la manifestation. John Dodds, directeur de l'Ecole, en était le président. Voilà ce qu'il écrivait à ce sujet : "La poésie de Valerio Magrelli voulait certainement communiquer, à travers cette ressemblance, l'opinion que de nombreux traducteurs ont d'eux-mêmes, de ce que l'on attend d'eux, voire même la manière dont ils croient être traités".

En tant que traducteurs habituellement "penchés", nous avouons être admiratifs et reconnaissants de citer cette poésie et de rappeler les circonstances qui nous l'ont fait découvrir. Nous la proposons comme préambule de l'édition italienne de ce livre écrit en français par des collègues d'Eurologos-Bruxelles, notre siège principal.

Maintenant que ce livre est bien emballé et s'apprête à traverser les Alpes, nous aurions nous aussi envie d'apposer le mot "fragile" sur chaque page traduite.

Ce déménagement transalpin nous rappelle en effet une autre puissante métaphore. Elle fut proposée par Georges-Arthur Goldschmidt durant le Colloquium Helveticum de 1986 (Que veut dire l'impossibilité de traduire ?). On y mettait en évidence l'unité ainsi que la diversité morphologique d'un texte bien traduit par rapport à l'original : "Quand on aborde le Mont Blanc par l'Italie, il surgit au-dessus de Courmayeur, abrupt, formidable et pourtant on le reconnaît immédiatement. L'autre versant, celui de Chamonix, est calme, rond, tranquille ; or c'est la même montagne"[1].



Même si pour nous aussi le Mont Blanc reste unique, et son massif très rocheux, les métaphores du “doux” versant de Chamonix nous semblent fatalement “fragilisées” en redescendant dans la vallée : des aiguilles gothiques de glace aux maisons de Courmayeur. Nous espérons toutefois que même les lecteurs lointains de la très solaire et baroque ville de Brindisi pourrons admirer, dans ces pages, la cime – naturellement incomparable – de la principale montagne d’Europe.

Nous serions confus qu'il n'en soit pas ainsi.

Davide De Leo et Matteo Fiorini
Responsables de la filiale EUROLOGOS de Milan

Milan, mai 1996



Préface de l'édition néerlandaise 2000 de Hugo Ruysevelts

Après la première édition française de l'ouvrage de J. Permentiers, E. Springael et F. Troiano, *Traduction, Adaptation & Éditing Multinlingue* (1994), la traduction néerlandaise de leur livre était attendue avec impatience. Elle est enfin arrivée.

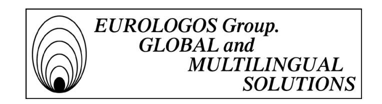
Il s'agit d'un ouvrage original, fluide, bien traduit et dans lequel sont abordés presque tous les problèmes auxquels le traducteur, en vérité souvent "méconnu", se trouve confronté. S'il traite avec une bienveillante ironie des difficultés que doit affronter le traducteur, il ne se prive pas de critiquer de manière ouvertement acerbe les contraintes qui entravent quotidiennement ses activités et son épanouissement. Les auteurs possèdent de nombreuses années d'expérience en la matière et le traducteur ou l'interprète actif dans la profession le lira d'un trait et y reconnaîtra constamment ses propres expériences. Le livre peut donc constituer un outil précieux pour nos étudiants des écoles supérieures pour traducteurs et interprètes afin de leur faire découvrir la jungle que constitue le monde de la traduction dans notre pays et dans laquelle ils seront peut-être lâchés.

Le leitmotiv de tout l'ouvrage est le contrôle de la qualité en matière de copywriting, de traduction et de révision, l'adaptation au géostyle ainsi qu'au sociostyle et l'éditing. Un tel travail n'est cependant possible que dans les bureaux de traduction comptant de nombreux traducteurs internes et pouvant s'offrir le luxe de n'accepter que le travail des clients qui confient à temps les textes à traduire. L'expérience démontre toutefois que la plupart des traductions doivent être prêtes "la veille", ce qui rend d'ordinaire matériellement impossible la réécriture du texte, l'assistance des terminologues, la révision de la traduction et les adaptations nécessaires.

Les auteurs insistent sans cesse sur l'importance primordiale de la maîtrise approfondie de la langue maternelle et rappellent qu'il convient de traduire et de réviser exclusivement vers cette langue, chose bien souvent impossible en Belgique car les instances judiciaires demandent fréquemment aux traducteurs jurés de travailler de leur langue maternelle vers une langue étrangère. Heureusement, les écoles supérieures flamandes pour traducteurs et interprètes accordent une importance croissante à la maîtrise de la langue maternelle.

Un autre élément frappant de l'ouvrage est le grand amour porté au "mot", au "logos", ce qui fait presque inévitablement penser à l'Evangile selon saint Jean, Ch. I, 1 où il déclare : "Au commencement était le Verbe et le Verbe était avec Dieu et le Verbe était Dieu".

Le rapport final de la commission sur les programmes de formation des traducteurs et interprètes, constituée en 1997 à la demande du Conseil consultatif de l'enseignement et à laquelle j'ai eu l'honneur et la joie de collaborer, énonce : "Les formations universitaires pour traducteurs et interprètes semblent en général privilégier dans leurs programmes les composants suivants : l'acquisition et le perfectionnement de la langue étrangère ; le perfectionnement de la langue maternelle ; l'apprentissage de techniques spécifiques de traduction et d'interprétation ; la formation générale qui se divise en trois grands domaines : la culture générale, la linguistique et



la traductologie (y compris la terminologie/lexicologie); la connaissance du contexte socio-culturel (au sens le plus large) des langues étudiées.”

L’importance de tous ces composants en général et de chacun d’entre eux en particulier est soulignée tout au long du livre, ce qui en fait un ouvrage indispensable dans chaque bibliothèque des cinq écoles supérieures flamandes pour traducteurs et interprètes.

Hugo Ruysevelts
Professeur à la Vlaamse Economische Hogeschool de Bruxelles



Note des deux traducteurs de l'édition néerlandaise 2000

La convergence linguistique, l’orthodoxie stylistique et le doute systématique de deux travailleurs de frontière.

C’est non sans une certaine réticence que nous avons commencé à traduire et adapter ce livre en néerlandais. Oser éditer un “mode d’emploi des services linguistiques et multimédia” en Belgique, et de surcroît par des Flamands, nous avait mis quelque peu mal à l’aise. Surtout que, excepté des livres publiés par des professeurs d’université (éminents) ou des chercheurs en traductologie, nous n’avons trouvé aucun volume écrit par des professionnels de la traduction aux Pays-Bas (ni en Belgique d’ailleurs). Cette inquiétude, en tant que néerlandophones belges, nous était d’ailleurs bien familière. C’est celle-là même qui préoccupe chaque traducteur flamand dès qu’il commence à écrire ou à transposer les premiers mots de son texte en néerlandais. Comment, en effet, seront-ils jugés par leurs lecteurs bataves une fois dévoilé le fait qu’ils n’ont pas été couchés par un Hollandais ? “Des petits Flamands prétendant donner une leçon sur l’éditing multilingue !”
Les lieux communs – c’est connu – ont la peau dure et résistante même face à la réalité des faits. A ce propos, nous tenons à rappeler au moins trois faits bien établis.

Première constatation : Tandis que l’on relève une tendance généralement confirmée à la divergence des géostyles (par exemple l’américain par rapport à l’anglais, le brésilien au portugais, le serbe au croate, le tchèque au slovaque et on en passe), le néerlandais ne cesse de s’homogénéiser des deux côtés de la frêle frontière entre les deux Royaumes. Et ceci depuis des lustres. Cette convergence ne se limite plus aux aspects orthosyntaxiques (voir la réforme de 1995), mais également à la terminologie et à la stylistique.

Deuxième constatation : Les locuteurs des pays de frontière ont de plus en plus tendance à cultiver la rigueur de l’orthodoxie linguistique. Et ceci avec une passion même supérieure à celle des populations géographiquement centrales. Le phénomène est également très vivace dans les Flandres, du moins dans les couches les plus cultivées.

Troisième constatation : Dans les pays bilingues ou trilingues, on remarque presque toujours une densité d’écoles à spécialisation linguistique et une exceptionnelle concentration de grammairiens et de linguistes. Ceci est vrai pour le Canada, la Suisse et, naturellement, pour la Belgique. Que l’on compte, par exemple, le nombre exceptionnellement élevé dans le Plat Pays d’instituts pour traducteurs et interprètes, aussi bien dans la région flamande que dans la francophone.

Avec toute l’humilité propre aux professionnels de l’écriture qui connaissent pertinemment la complexité et la fragilité d’une simple ligne bien écrite, il fallait que nous réglions – au nom également des autres traducteurs néerlandophones belges – nos comptes avec tout dénigreur hollandais.

Sous l’influence, donc, du doute systématique propre aux travailleurs frontaliers, nous avons procédé à la traduction de ce livre en tandem, suivant le principe fonctionnel le plus caractéristique du Groupe Eurologos : traducteur et réviseur. A vrai dire, nous connaissions le livre avant même sa première édition en français. Dès 1992, en effet, nous avons participé – en tant que responsable des départements terminologie et traduction néerlandaise – aux premières

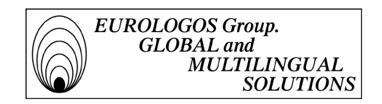


phases de la conception de ce livre qui devait devenir le principal dépositaire et témoin de notre know-how global.
Et, comme on ne cesse pas de progresser dans les techniques de l'éditing et du publishing multilingue, nous avons le sentiment de ne pas avoir fini de le traduire : une nouvelle édition est d'ores et déjà prévue dans deux/trois ans.

Par ailleurs, l'internationalisation du Groupe Eurologos nous amènera certainement à confirmer ou à contredire ces propos d'aujourd'hui, car il n'y a rien de plus vivant que l'usage d'une langue. Même, et surtout, une "petite" langue comme notre bien-aimé néerlandais.

Jan Vanderplatten
Translation Quality Control
EUROLOGOS-Bruxelles

Marleen Dewitt
Language Coordinator
EUROLOGOS-Anvers



Avant-propos de la première édition 1994

Où l'on prie le lecteur de ne pas tenir rigueur aux auteurs d'avoir même osé décrire les aspects négatifs et peu glorieux de nos professions. Et où l'on annonce la possibilité d'une lecture rapide du livre malgré les nombreuses "repetita".

Un mode d'emploi de la parole multilingue

Un livre, aujourd'hui, se doit de justifier sa petite existence. Surtout lorsqu'il s'agit d'un manuel de culture professionnelle. Et pour se proposer décemment à la lecture, il a même intérêt à être humble : la Bibliothèque Nationale de Paris recèle plus de dix millions d'excellents ouvrages – souvent des chefs-d'œuvre – que le lecteur n'a évidemment pas lus.
Un livre de technique professionnelle comme le nôtre doit donc au moins contenir un texte à haute rentabilité informative et critique, être nourri de pertinence thématique et – surtout – de propos préférablement distillés de l'expérience directe.
Voilà les balises principales que nous avons essayé de nous imposer lors de la rédaction de ce mode d'emploi de la parole écrite et multilingue.
Les ouvrages spécialisés et pragmatiques, par ailleurs, se doivent également de ne pas être trop théoriques, bien que l'on reproche aux praticiens leur excessif désintérêt pour les problèmes spéculatifs.
En réalité, nous comptons même sur votre reconnaissance de ne pas vous avoir trop détourné de lectures bien plus nourrissantes et indispensables que la nôtre. En effet en vous les signalant assez fréquemment, nous vous renvoyons volontiers aux grands essayistes qui se sont penchés sur nos problèmes d'éditing – surtout ceux de la linguistique et de la stylistique – et qui en constituent les véritables référents. Ceux-là même que nous aimons, comme Peter Newmark (Approaches to Translation), Edmond Cary (Comment faut-il traduire ?), Friedmar Apel (Die literarische Übersetzung), Danica Seleskovitch (L'interprète dans les conférences internationales), Georges Mounin (Les problèmes théoriques de la traduction), Henry Van Hoof (Histoire de la traduction en occident), sans oublier le phénoménal et hors catégories Valéry Larbaud (Sous l'invocation de saint Jérôme), pour ne citer que quelques grands spécialistes de tout premier plan.
Au remâchage de leurs analyses si intelligentes et précises, nous avons préféré vous proposer des réflexions plutôt pratiques sur les procédures et les usages dans nos professions.

C'est à partir de ces points critiques que l'on peut analyser un phénomène avec pertinence

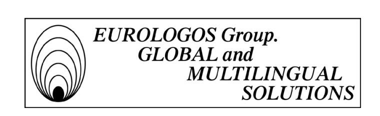
Mais surtout, nous n'avons pas écrit une *success story* de nos métiers ou de nos activités. Au contraire, nous n'avons pas hésité à en mettre en lumière les faiblesses et les archaïsmes. D'ailleurs, l'analyse descriptive la plus pertinente et la plus réelle d'un phénomène jaillit toujours de l'examen de ses points contradictoires. C'est à partir de ces articulations critiques et de ces aspects révélateurs que nous avons pris nos repères. Et c'est de là que nous avons essayé de dévoiler les mécanismes de fonctionnement les plus décisifs de nos métiers.
Nous n'avons pas non plus voulu écrire un manuel de l'activité traductive. Notre grandissime maître à tous, Georges Steiner, nous en rappelle l'impossibilité en citant Wittgenstein qui, sur ce



problème, a été on ne peut plus précis : *la traduction, comme chaque mathématique* – disait-il – *admet des solutions mais pas des méthodes systématiques de solutions.*
Pour nous faire en outre pardonner d'avoir souvent cédé au principe des "repetita juvant", des redites nécessaires ou utiles, nous avons abondé en titres, sous-titres, résumés, extraits et notes, afin de faciliter (voire abréger !) la lecture.
C'est aussi dans cette optique que nous avons consacré la rédaction de la huitième et dernière partie au glossaire interdisciplinaire. Et, toujours dans cette perspective, nous vous proposons des documents en annexe qui témoignent de quelques moments assez significatifs de notre expérience directe et de la vie plus en général de nos métiers d'éditing multilingue.

Franco Troiano **Erik Springael** **Jacques Permentiers**

Bruxelles, 4 avril 1994



Première partie

De la conception-rédaction à la traduisibilité

CONCEPTION DU PROJET ET RÉDACTION DES TEXTES

Rewriting

Validation de la traduisibilité

Consultation des traducteurs

Bon à traduire

TRADUCTION

Préparation des glossaires techniques

Coordination multilingue

Terminologie Documentation

Création du partenariat entre correcteurs client et traducteurs

Transposition

Double contrôle en langue maternelle

Révision

Niveau qualité-traduction

Plan sémantique et syntaxique

Homogénéisation et validation multilingue

Relecture orthographique

Contrôle filiales ou dealers à l'étranger du donneur d'ordre

Contrôle terminologique et idiomatique

Lecture naïve

Niveau qualité-adaptation

Plan géo- et sociostylistique

Bon à mettre en pages

CONCEPTION GRAPHIQUE OU AUDIOVISUELLE

Dessin - Artwork

Illustration

Photo - Film

Contrôle linguistique, compo, adaptation rythmique & conformité texte-layout

Mise en pages - Doublage

Photogravure

Localisation

Niveau qualité-éditing

Plan graphico-textuel Zéro défaut

Donneur d'ordre (signature bon à tirer)

Bon à tirer

Chef de fabrication

IMPRIMERIE - STUDIO AUDIOVISUEL

Contrôle épreuves

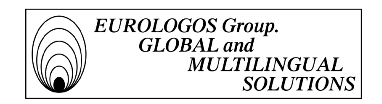
Casting - Enregistrement

Impression

Façonnage

Livraison

Duplication



Quatre phases de réalisation

- Conception du projet et rédaction des textes
- Traduction
- Conception graphique ou audiovisuelle
- Edition (Imprimerie - Studio audiovisuel)

Quatre niveaux de qualité

- Qualité-copywriting (plan de la traduisibilité)
- Qualité-traduction (plan sémantique et syntaxique)
- Qualité-adaptation (plan géo- et sociostylistique)
- Qualité-éditing (plan graphico-textuel et zéro défaut)

Trois signatures

- Bon à traduire (validation de la traduisibilité)
- Bon à mettre en page (validation de la qualité du texte)
- Bon à tirer (validation de la qualité zéro défaut)

N.B. : L'aboutissement d'un éditing peut se concrétiser aussi bien dans un produit imprimé que sur un support audiovisuel.



1.1 Mythe et réalité dans le concept de “qualité linguistique”

Où l’on explique la différence entre “qualité énoncée” et “qualité prouvée”. Et où l’on présente la thèse centrale du livre : sans moyens pour la produire, point de qualité. Même - et surtout - dans les métiers de la parole imprimée.

1.1.1 Lorsque l’offre est toujours supérieure à la demande

Le mot “qualité” est devenu - au tournant des années 80/90 - le mot-clé le plus galvaudé dans la présentation marketing et publicitaire des produits et des services.
Il était peut-être fatal qu’il en fût ainsi.
Les années 80 nous ont amenés dans l’ère dite du post-industriel, caractérisée par une offre toujours supérieure à la demande, dans tous les domaines. Afin de se “démarquer” des autres produits et services concurrents, chacun a fini par vanter la “qualité” de son service. Ainsi, l’apparent déferlement de la “qualité” n’aboutit, souvent, qu’à une profusion de “promesses de qualité”.
L’on pourrait par ailleurs se poser la question de savoir s’il y avait lieu de promettre le contraire. En effet, on n’est pas près de voir écrit “nos services sont affreux et la qualité est le cadet de nos soucis”. A défaut d’une telle sincérité commerciale, on assiste à la banalisation du terme “qualité”, seulement énoncée et non prouvée.
Par contre, l’on peut reconnaître à coup sûr une offre de véritable qualité en prenant connaissance de son argumentaire de vente. On peut en être assuré s’il est centré sur la démonstration des moyens utilisés pour y parvenir.
Si l’on ne dispose pas de moyens pour la produire, point de qualité.
C’est donc la technique professionnelle - c’est-à-dire la technologie et le savoir-faire - qui peut prouver le bien-fondé d’une “qualité” énoncée.

1.1.2 Les trois niveaux de qualité linguistique : qualité-traduction, qualité-adaptation et qualité-éditing

Le domaine des services linguistiques n’échappe pas à ce galvaudage. Le concept de “qualité linguistique” est, par exemple, sur les lèvres de tout responsable de bureau de traduction ou de tout rédacteur. Mais il est très rare qu’il soit accompagné de critères d’évaluation à même d’en définir le contenu. Si l’on n’a pas fixé des paramètres de référence, toute affirmation de “qualité” devient aléatoire, mythique, sinon illusoire et fallacieuse. Surtout sur le plan de l’éditing commercial.
Que le lecteur soit rassuré. Nous n’allons pas proposer ici un manuel du genre “Comment bien traduire sans peine”. En réalité, ce type de manuel n’existe heureusement pas. Les ouvrages qui prétendent enseigner l’écriture à coups de formules - bien que parfois utiles - n’ont naturellement jamais abouti qu’à des improbables lois rédactionnelles. L’écriture, on le sait, est un art, plus que le fruit d’une simple technique. Sa nature mystérieuse, liée aux métamorphoses infinies du logos, ne peut être appréhendée que par une longue et difficile initiation.
Sans parler du talent qui, naturellement, demeure toujours le facteur clé de l’écriture, à l’instar de tout autre art. Il n’en demeure pas moins indispensable de commencer à fixer les coordonnées technico-professionnelles propres aux services linguistiques. Autrement dit, inscrire dans un



cadre pertinent le problème de la définition de la “qualité linguistique” des textes commerciaux. Principalement par rapport aux traductions et à l'éditing multilingue.
Notre effort dans ce livre est plutôt axé sur la description des moyens et des procédures pour y parvenir.[1]
Nous avons ainsi défini trois niveaux fondamentaux de qualité :

• la qualité-traduction
• la qualité-adaptation
• la qualité-éditing (zéro défaut)

Toute notre réflexion tourne autour de ces trois polarités professionnelles de la parole imprimée et multilingue. Après, bien entendu, avoir repéré les caractéristiques les plus marquantes qui déterminent la traduisibilité d'un copywriting ou, plus en général, d'un texte technico-commercial.

1.2 Le mot imprimé aura toujours le dernier mot

Où l'on rappelle que, malgré les innombrables prophéties de disparition, le mot écrit s'imprime de plus en plus dans le précieux silence qui est le sien et dans la plus grande liberté de proposition.

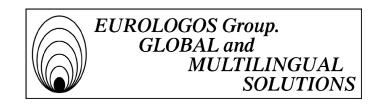
1.2.1 La révolution du personal computer et la saturation des ondes hertziennes

On a attribué aux très grands futurologues des sixties et aux experts en techniques de télécommunications beaucoup de fausses prophéties. L'idée suivant laquelle on devait parvenir à un univers audiovisuel totalitaire au détriment de l'imprimé, en était une. Elle s'est révélée, comme on sait, une prévision apocalyptique tout à fait fausse. Au contraire, on n'a, depuis lors, jamais vu déferler autant d'imprimés.[2]

En effet, personne ne pouvait prévoir au temps de la machine à écrire mécanique d'il y a trente ans, l'énorme production de communication écrite induite par la révolution micro-informatique des années 80. Le personal computer n'avait même pas été conçu. Et Steve Jobs, le fondateur de Apple, était encore un môme à l'époque du premier pas sur la lune.
La communication audiovisuelle, par ailleurs, s'est progressivement saturée malgré son expansion horizontale. On ne dispose, au plus, que de deux yeux et de deux oreilles, dans un champ visuel et auditif somme toute assez limité. Ainsi, se protéger de l'arrosage quotidien des ondes hertziennes, de la pluie de ses messages publicitaires et informatifs, est devenu une activité permanente d'hygiène mentale et de survie.
L'écriture a même assumé le rôle indispensable de prescripteur sélectif de l'envahissement radio-télé-multimédia.

1.2.2 La discrétion ciblée de la parole imprimée

La discrétion et le silence rigoureux du mot imprimé s'affirment comme le rempart le plus sûr face au bombardement indifférencié de l'audiovisuel de plus en plus chronophage. L'imprimé conserve toujours l'humilité de la proposition décente et retenue. Il ne vole pas subrepticement notre temps. Il n'impose jamais sa présence. Le mot imprimé accepte par vocation et avec



délicatesse le choix de ne pas être lu. Il a le tact de se faire sélectionner sciemment. Il se contente, modestement, de ne s'adresser qu'à la cible prédestinée et intéressée.
Comment, alors, ne pas être inquiet, lorsqu'on observe la constitution des listes Robinson, celles des personnes qui refusent de recevoir des messages écrits ? Surtout si l'on considère que l'on se prépare à recevoir avec enthousiasme plus de cent chaînes de télévision !
Mais que l'on se console, malgré tout, de la résistance glorieuse et de plus en plus victorieuse du livre. Ne fût-ce que comme objet. Le plus beau jamais inventé. Tout y est : de la légèreté aérienne de ses pages en papillon qui nous invitent aux voyages les plus inouïs, à la monotonie jamais lasse de ce qu'on appelle l'éternel gris des mots imprimés sur la page blanche : la plus polychrome des palettes que l'esprit humain ait jamais imaginée et décrite.
C'est au moins pour cela que le mot imprimé a et aura toujours le dernier mot.[3]

1.3 Lorsque la littérature technique devient publicitaire

Où l'on essaye de mettre en évidence que pour montrer les véritables caractéristiques des produits et des services, il faut impérativement écrire. D'où la convergence entre éditing publicitaire et littérature technique.

1.3.1 L'écriture comme facteur décisif de la *value for money*

Comme les produits ont tendance à se ressembler, leurs différences - même peu apparentes - deviennent fondamentales. Le rapport qualité-prix se niche souvent entre les plis de leur assemblage. Pour le voir, il faut "déplier" le contenu des produits et des services afin d'en expliquer les différences par rapport aux autres. Même les moins évidentes (mais les plus décisives).
Voilà pourquoi la communication écrite, sauf celle qui concerne les produits grand public banalisés, est devenue factuelle et technique. Dans les acceptions les plus nobles de ces deux adjectifs.
Le consommateur, désormais averti et techniquement de plus en plus compétent, demande des explications avant de passer sa commande ou de remplir son caddie. Il ne se contente plus de la magie publicitaire comme valeur ajoutée à l'image de son produit. Il devient sensible aux aspects rationnels et concrets : le mouvement consumériste, malgré ses excès, y est aussi pour quelque chose. La value for money, c'est-à-dire la valeur intrinsèque du produit, est devenue la première préoccupation des acheteurs. Mais voilà, pour qu'elle puisse être justifiée, une démonstration de ses atouts s'avère nécessaire. Et même les descriptifs, autrefois rédigés rudimentairement par des techniciens de production, sont de plus en plus soignés. Ils deviennent publicitaires. Ils ne sont plus conçus comme s'ils s'adressaient exclusivement à d'autres techniciens. Ils sont pensés dès le départ pour être "vendeurs". Autrefois essentiellement fonctionnels, ils sont aujourd'hui un facteur de vente, de marketing et d'image.
En effet, le problème économique le plus crucial de notre époque n'est pas la production, mais la vente.

1.3.2 Le texte commercial à la fois pragmatique et séducteur

Voilà donc les raisons de cette convergence entre la littérature technique et la littérature publicitaire.
Ainsi, tant en copywriting qu'en traduction-adaptation, les typologies des rédacteurs et des



traducteurs se rapprochent et, en tout cas, s'écartent nettement des profils antérieurs. Fini - ou presque - les ingénieurs torchant des notices dans une optique-produit au lieu de la perspective-utilisateur.
Fini également les copywriters s'adonnant, même dans les descriptifs techniques, au flou douteusement artistique de métaphores génériques enflées de rhétorisme.
Les textes utilitaires, dits pragmatiques, s'intègrent désormais aux produits et à la valeur ajoutée constituée par la description de leur identité marketing et publicitaire. "D'une manière imagée - disait le linguiste québécois Jean-Claude Corbeil - acheter un produit, c'est acheter la terminologie qui l'accompagne (...) : les textes commerciaux sont les diffuseurs de la néologie et des thèmes spécialisés auprès du grand public".[4]
Lorsque la littérature publicitaire devient technique et que la littérature technique devient publicitaire, les copywriters et les traducteurs se retrouvent à ramener tout texte de documentation industrielle à l'intelligibilité et à la séduction.[5] Amateurs d'écriture simpliste s'abstenir.

1.4 Le copywriting "bon à traduire"

Où l'on pose le problème de savoir si les copywriters doivent se limiter dans leur écriture lorsqu'ils rédigent des textes destinés à être traduits. Peuvent-ils écrire leurs textes sans précautions traductives, à l'instar des romanciers ?

1.4.1 Complexité et réussite stylistique du texte avant et après la traduction

La modestie nous suggère de traiter du copywriting du point de vue exclusif des textes destinés à être traduits.
Y a-t-il des limites ou des précautions à prendre lors de la rédaction de textes que l'on devra aussi traduire ?
En principe, non. La traduction a pour objet la restitution de tous les éléments sémantiques et sociostylistiques du texte-source dans la langue-cible.
En effet, une traduction digne de ce nom s'approche toujours de ce qu'on appelle communément une "adaptation". Sinon, on aurait un calque, une pure transposition mot à mot. Nous reviendrons sur ce problème dans les prochains chapitres.
Donc, le rédacteur ne doit pas limiter la complexité conceptuelle et la réussite stylistique de son texte par crainte qu'elles ne puissent être restituées intégralement et esthétiquement dans une autre langue.[6]

1.4.2 Mieux vaut un texte très technique mais bien écrit, qu'un document "facile" mais lamentablement rédigé

Tout traducteur professionnel pourra le confirmer : la difficulté d'une traduction, aussi redoutable soit-elle, ne réside nullement dans les textes complexes, pourvu qu'ils soient bien écrits. Ce sont les phrases mal tournées, pleines d'illogismes et d'ambiguïtés involontaires, ce sont les textes rhétoriquement mal conçus et fourmillant d'expressions tautologiques qui donnent des sueurs froides aux pauvres traducteurs condamnés par vocation à la fidélité et, en même temps, à l'intelligibilité stylisée.
Un bon traducteur préférera toujours un texte très technique face à un autre, même



thématiquement facile, mais dont la qualité d'écriture est lamentable. Les difficultés terminologiques et les problèmes de néologie ne l'effrayent guère. Par contre, il est toujours terrorisé par des paralogismes, des répétitions et des anacoluthes involontaires ou par la pauvreté - voire la misère - du lexique. Peter Newmark rend hommage à la maestria du traducteur qui "(...), en tant qu'artisan, doit connaître la langue étrangère tellement bien qu'il est capable d'évaluer dans quelle mesure le texte s'écarte de la norme linguistique habituellement adoptée pour l'argument traité et dans cette circonstance. Il doit déterminer, avec une intuition soutenue par la connaissance empirique, le degré d'originalité grammaticale et sémantique du texte expressif bien écrit, mais qu'on peut décider de normaliser dans un texte "informatif" ou "vocatif" mal écrit. Il a, en outre, besoin d'une remarquable tension créative située entre la fantaisie et le bon sens". Peter Newmark, *Approaches to Translation*, Pergamon Press, 1981.

1.4.3 Les précautions du copywriter

Les copywriters peuvent donc s'abandonner tranquillement à la fluidité et aux hardiesses de leurs plumes imaginatives. Une traduction belle et fidèle est toujours possible. Toute langue, quoi qu'on puisse en dire, permet toujours le miracle de la traduction totale. Même les ineffables émotions engendrées par les grands poètes ont pu être reproduites - malgré tout - dans toutes les langues. Cette mystérieuse universalité propre aux langues - vivantes et mortes - avait déjà surpris et fasciné Goethe. En fin polyglotte, le grand écrivain allemand avait beaucoup réfléchi sur l'unité interculturelle de la "parole" et sur les extraordinaires possibilités de réaliser toujours ce qu'il appelait la "traduction suprême".[7]

Cependant, si les romanciers peuvent compter librement sur les formidables facultés protéiformes propres à la traduction, le rédacteur d'un texte commercial destiné dès le départ à la traduction, devra être attentif à certaines prédispositions. Ou, si on veut, à certaines contraintes. D'ailleurs, c'est le lot des activités commerciales d'imposer des limites.

1.5 Les contraintes du copywriting à vocation multilingue

Où l'on introduit le concept de traduisibilité pour les textes et la documentation à vocation internationale. Et où l'on présente le problème de la quadrature du cercle entre la rédaction et ses traductions.

1.5.1 La gratuité artistique des écrivains et l'écriture fonctionnelle des rédacteurs

Une bonne traduction commerciale, cela commence avant.

Tandis que les romanciers écrivent en ne sachant généralement jamais à l'avance si leur œuvre sera traduite, les copywriters - produisant, par définition, des documents commerciaux - connaissent presque toujours le nombre de langues dans lesquelles leur texte sera édité. Leurs productions se situent - en principe - aux extrêmes opposés de la parole imprimée : d'un côté, la fiction de la gratuité artistique des écrivains et, de l'autre, l'écriture nécessairement fonctionnelle (pragmatique) des rédacteurs.

Ces derniers, on vient de le voir, peuvent - eux aussi - ne pas s'imposer de limites dans leurs rédactions destinées à devenir multilingues. Il est à remarquer que dans les années 70 encore, cette question ne se posait que rarement. De nos jours, par contre, l'édition multilingue constitue la règle. Exportation compétitive oblige ! Par conséquent, un bon copywriter, bien concentré sur la rédaction très ciblée de son texte, ne peut pas refuser de tenir compte de sa "traduisibilité".



Il doit s'en préoccuper, tout en demeurant conforme, sur le plan conceptuel et stylistique, au segment de marché ciblé. Celui de sa langue.
En d'autres termes, le rédacteur doit écrire sans trop précuire son copy en vue des traductions à réaliser. Son plat rédigé prendrait sinon un goût plutôt pasteurisé. Fatalement un peu morne, le texte serait traduit facilement, mais risquerait d'être fade également dans les autres langues.

1.5.2 La traduisibilité impossible

Cependant, le fait de rendre l'écriture dans un sociostyle conforme au lectorat spécifique visé, ne signifie pas que l'on ne puisse écrire dans une perspective linguistique globale et même polyglotte, en recourant - si possible - à des concepts et à des métaphores assez universels, donc facilement traduisibles.[8]
En quelque sorte, on se retrouve face à la quadrature du cercle. Eviter la probable banalité du texte passe-partout, tout en prévoyant des transpositions aisées et homogènes vers d'autres langues.
Et, naturellement, en demeurant très pertinent et toujours "indigène".
Pas simple, donc. Mais, par ailleurs, Joubert ne disait-il pas déjà que "pour bien écrire, il faut une facilité naturelle et une difficulté acquise" ?
Il va de soi que les jeux de mots, dont la "traduisibilité" est très rare, doivent être utilisés avec beaucoup de prudence. En tout cas, il faut, si possible, éviter de les utiliser dans la titraille, là où il est souvent improbable d'en faire une traduction concise et équivalente. Par contre, à l'intérieur du texte, du body, on pourra toujours trouver une bonne traduction, sous la forme d'une périphrase ad hoc, par exemple.
Les mêmes considérations pourraient être avancées pour les expressions idiomatiques ou pour certaines figures rhétoriques susceptibles de polysémies culturelles.
Un autre exemple très frappant qui illustre la nécessité de se préoccuper au préalable de la traduisibilité de ses textes, se retrouve dans l'audiovisuel. Dans certains dessins animés, les jeux de mots ou les rimes des chansons sont conçus en montrant à l'écran des objets auxquels ils font référence par rapport à l'orthographe ou à la phonétique de leur dénomination. Lors de la traduction ou de l'adaptation de ces textes, on s'aperçoit de l'impossibilité de garder les mêmes références tout en étant dans l'obligation de le faire à cause de la contrainte visuelle. Si dans un dessin animé français, l'on montre à l'écran une porte pour illustrer la lettre "p", en anglais on aura *door* et en allemand *Tür* : les lettres correspondantes ne pourront donc être que "d" et "t". D'où l'intraduisibilité du texte.

1.5.3 La tentation du *traduttore traditore* et le texte "bon à traduire"

Les rédacteurs devront donc s'efforcer de ne pas utiliser trop de concepts très locaux, s'ils veulent que les adaptations gardent facilement l'impact et la fraîcheur souhaités dans les autres langues. Mieux vaut, par exemple, ne pas retenir un syntagme comme "chez moi", dont on ne pourrait retrouver toute la valeur psychologique et affective dans une langue pourtant culturellement très proche comme l'italien.
Le concepteur-rédacteur aura donc intérêt à faire le tour de ses traducteurs pour s'assurer au préalable de la traduisibilité ou de l'adaptabilité de ses slogans et de ses titres à effet.[9]
D'ailleurs, c'est ce qui se fait assez couramment dans les pays plurilingues (notamment en Belgique, en Suisse et au Canada), dans la conception publicitaire et la rédaction des textes multilingues.
Quant aux diversités socioculturelles des segments-cibles et homologues de différentes langues, on est encore loin de s'en occuper de manière vraiment résolutive. A l'instar des copywriters, les traducteurs-adaptateurs bricolent. Souvent génialement.



Le copywriter, finalement, est condamné à être compris et à plaire du premier coup. Même dans les autres langues. Il n'aura évidemment pas droit à des rééditions. L'utilitarisme intrinsèque de son texte l'amène à devoir garantir dès le début les préliminaires d'une bonne traduction univoque. Il se préoccupera donc de ne pas induire en tentation le traducteur, censé, par antonomase, toujours être près, même très près, de la trahison. Sinon déjà prêt à trahir tout court.
Voilà donc le sens du cachet "bon à traduire" que souvent on ne peut estampiller sur le texte original qu'après un rewriting très soigné.

1.6 Le rewriting : le courage de le lui dire

Où l'on décide de parler de l'argument tabou de la traduction et de la terreur des traducteurs : les textes mal écrits et en manque de conseil multilingue, de toilettage sinon de réécriture globale avant traduction. Surtout si celle-ci est prévue vers différentes langues.

1.6.1 L'encre kitsch du rédacteur d'occasion

Comment signaler au donneur d'ordre que le texte qu'il a envoyé pour traduction vers différentes langues est mal rédigé et, donc, difficilement traduisible ? Qui aura le courage de lui dire qu'outre l'orthographe et la syntaxe, il existe également une rhétorique du sociostyle propre à la cible visée ? Et comment le convaincre que son document aurait au minimum besoin d'une toilette stylistique, d'une remise en ordre de sa structure logico-formelle ou d'un maquillage de son assiette de mise en pages ?
Il n'est pas inhabituel que les copywriters se plaignent des prétentions d'ingérence de leurs clients annonceurs dans la rédaction des copies et des slogans : "étant donné qu'ils savent lire (et encore !), ils croient savoir aussi écrire", ne cessent-ils de se désoler dans des articles récurrents de la presse professionnelle.
Malheureusement, on trouve toujours en entreprise un soi-disant ex-fort en thème sachant phraser avec la plume de ses grands jours et complètement ignare de son encre kitsch.
Quelqu'un prêt à coucher "rapidement" les idées les plus reçues qu'il cultivait depuis si longtemps.

1.6.2 L'exploit du rewriting traductif amélioré

Lorsque les textes de ce type atterrissent directement sur les tables des traducteurs, les invocations à saint Jérôme se multiplient immanquablement.[10] En même temps, soit l'on envisage de changer de métier à la première occasion, soit l'on s'achemine vers une résignation fréquente, sinon définitive. Non sans avoir répété les imprécations contre le grand mouvement historique que les sociologues appellent "l'analphabétisme de retour".
Le calme habituel revenu, les traducteurs peuvent s'adonner à une des pratiques stoïques dont ils ont le secret exclusif. Ils ne se bornent pas à la simple - si on ose dire ! - traduction de ces textes inachevés ou handicapés. Ils produisent un service de rewriting traductif du texte dans la langue d'arrivée. Un véritable exploit clandestin. Et de surcroît gratuit.[11]
Cela leur coûte toujours moins cher que d'essayer de convaincre le client de réécrire le texte original. De plus, ils auront ainsi évité de se brouiller avec lui ou de le perdre irrémédiablement.

1.6.3 L'humilité futée des clients prévoyants

En vérité, il existe aussi des clients humbles (souvent il s'agit de grandes entreprises) au point de se faire servir de bout en bout et de s'assurer dès le début de la qualité totale du service éditing multilingue. Ils connaissent déjà, eux, l'importance cruciale de la communication à tous ses

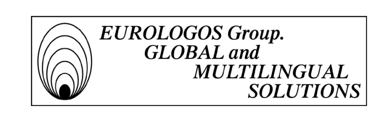
niveaux et sont prêts à en payer le juste prix. Souvent, ils sont les premiers à demander que l'on vérifie l'état des textes à traduire. Surtout lorsqu'il s'agit d'une traduction vers plusieurs langues. Il n'est pas rare qu'un rewriting total soit nécessaire. Mais le plus fréquemment, il suffit de retoucher ou d'intervenir chirurgicalement pour procéder à l'ablation ou à la greffe d'un paragraphe, voire de quelques phrases. Tout en éliminant les redondances et les solécismes que le rédacteur, malgré lui, a laissés dans le texte. Mieux vaut réécrire le texte original qu'obliger chaque traducteur à une réécriture améliorée du texte dans sa langue d'arrivée.[12]

1.6.4 La validation de la néologie industrielle et multilingue

Le copywriter a tout autant intérêt à consulter ses traducteurs lorsqu'il crée un nouveau mot ou une dénomination d'une nouvelle marque.
Le problème de la traduisibilité ou de l'intelligibilité univoque se pose même pour un syntagme ou un seul mot.
Autrefois, il suffisait de se faire une réputation - si on ose dire - pour se fabriquer ce qu'on appelle aujourd'hui un nom ad hoc. Il n'était pas nécessaire de se doter d'un nom pour se faire connaître. Le baron Bich ou monsieur Poubelle étaient assez méconnus en tant que simples citoyens. Leurs patronymes sont devenus fameux, même malgré eux, pourrait-on dire. D'ailleurs, personne ne connaît vraiment Monsieur Cliquot, devenu célèbre, lui, grâce surtout à sa pétillante veuve.
C'était le temps du nom de la réputation. Aujourd'hui, par contre, on en est à la réputation du nom qui ne peut pas se passer d'une validation linguistique et marketing.

Pour se faire une notoriété, il faut à présent disposer d'au moins un nom en mesure de se frayer un passage dans l'univers encombré, très encombré, des marques, des dénominations et des signatures. Dans un marché de noms dans lequel l'offre est, là aussi, de loin supérieure à la demande.
Fini donc la conception des nouvelles marques sur la base des amours entre familles au nom on ne peut plus banal de Rossi fusionnant avec celles au nom on ne peut plus commun de Martini.
La question qui se pose aujourd'hui est plutôt du genre "Appellerons-nous notre nouveau fromage gorgombert ou camenzola ? Ou, peut-être, cambozola ?".
Il ne suffit, à l'évidence, ni de mélanger du camembert avec du gorgonzola, ni de mixer leurs deux dénominations.
Par ailleurs, il n'est pas rare que des multinationales de produits grand public (par exemple Nestlé) soient appelées à gérer des centaines de marques aux dénominations différentes sous toutes les latitudes et longitudes de la planète. Et pour chaque dénomination réellement utilisée, elles doivent souvent créer et notifier aux registres internationaux plusieurs dénominations proches et semblables, aussi bien phonétiquement qu'orthographiquement. Histoire de prévenir, entre autres, les possibles tentatives de falsification ou de concurrence déloyale.

Comme pour les néologismes de nouveaux produits ou de nouveaux procédés technologiques, la création de nouvelles dénominations exige l'intervention de philologues traducteurs. Surtout lorsqu'il s'agit de dénominations en plusieurs langues (ce qui est de plus en plus le cas).
Dans la partie et dans les chapitres consacrés à l'adaptation publicitaire, nous verrons comment l'intervention des traducteurs peut s'avérer nécessaire dès la première phase de rédaction-conception jusqu'à la dernière, l'éditing, aussi bien en imprimé qu'en audiovisuel et dans le multimédia.
C'est d'ailleurs dans ce créneau spécifique, le conseil linguistique marketing, que certaines agences internationales ont trouvé leur positionnement multilingue, assez pointu et original.



Deuxième partie

De la qualité-traduction à la traduction technique



2.1 Le facteur “langue maternelle” : le réseau international intégré

Où l’on traite du premier facteur de qualité dans la traduction : la langue maternelle. Celle que l’on cultive constamment et depuis longtemps du point de vue de l’écriture. Dans le pays où la langue est parlée, naturellement.

2.1.1 Les mystères douloureux de la traduction

“Traduire c’est écrire” disait Marguerite Yourcenar. Le prodige de “trans ducere”, de conduire au delà, vers une autre langue d’accueil une phrase ou un texte, relève de la réécriture intégrale. De la reconception phrase par phrase, lettre par lettre. Et le fait que cette opération soit exemptée des inquiétudes de la création initiale ne met pas à l’abri des mystères douloureux de l’écriture que le traducteur partage en totalité avec le rédacteur. La facilité de savoir déjà ce qu’il écrira est largement compensée par la difficulté de demeurer fidèle au texte-source. En maîtrisant, naturellement, la contre-valeur de chaque mot et de chaque syntagme, dans l’harmonie de la phrase et de son contexte.
Tout doit être reconstitué. La précision des propos et, en même temps, le chiffre stylistique du texte original. Sa tonalité et son tempo. Sa force et ses hésitations. La traduction, par exemple, doit rendre compte aussi des ambiguïtés calculées et des naïvetés intentionnelles de l’original.[13]

Un texte n’est jamais innocent et la traduction doit être officiée comme un sacrifice stylisé malgré tout voué à la fidélité. Même les écarts morphologiques par rapport au texte-source doivent se justifier vis-à-vis de l’exactitude traductive. Surtout dans les textes commerciaux et techniques. La texture de l’original doit être repérable dans la trame du texte d’arrivée. Tout en rédigeant - bien entendu - dans un style et selon une morphologie propres à la langue-cible.

2.1.2 La langue où l’on peut frôler l’erreur

Pour que cette dévotion puisse être pratiquée, le traducteur ne doit travailler que vers la langue dite maternelle.
Celle, généralement la seule, en mesure de permettre au traducteur d’exprimer la totalité de son essence culturelle. Celle qui lui permet d’accueillir l’âme du texte original.
La maîtrise de sa langue d’arrivée ne peut être que “parfaite”, c’est-à-dire “unique”. Cioran[14] en parle comme de la langue dans laquelle on peut se permettre le luxe suprême de “frôler l’erreur”. Un autre auteur français de souche - et non d’adoption comme Cioran qui était d’origine roumaine - avait noté que les écrivains doivent avoir la maîtrise de la langue, de la grammaire comme “les escrocs du code”. Même si, en apparence, elle déroute, sa comparaison est très appropriée.

Malheureusement, aujourd’hui encore, les écoles de traduction ne parlent pas suffisamment de ce facteur de première importance constitué par la langue maternelle. Et ceci, bien qu’il constitue une sorte de liminaire indispensable pour étudier pertinemment la traduction.

2.1.3 Suivre l’évolution de la langue

Par ailleurs, on demande non seulement au traducteur qu’il soit de “langue maternelle”, mais également que la maîtrise qu’il a de son idiome soit continuellement renouvelée et nourrie. Les langues se transforment constamment. Plus qu’on ne le pense : on pourrait dire que tous les



dix-quinze ans, presqu'un dixième de la langue change d'un point de vue terminologique, idiomatique et même stylistique.[15] Il suffit pour s'en faire une idée, de procéder au décompte en entrée et, surtout, en sortie des mots des différents dictionnaires.[16]
Du reste, comment pourrait-on traduire vers une langue apprise et fréquentée par intermittence ou en dehors d'une longue, très longue, continuité sociale et culturelle ?
Bien sûr, les polyglottes existent. Ils parlent plusieurs langues, même "sans accent".

L'écriture, cependant, exige bien plus. Il est rarissime, exceptionnel même, que l'on puisse écrire en deux ou trois langues sans interférences lexicales et morphologiques. Les anglicismes, les germanismes - par exemple - guettent les bilingues à chaque ligne ondulant près des frontières linguistiques estompées, qu'on dépasse inconsciemment et avec facilité.
Sans parler du point de vue culturel et conceptuel.

2.1.4 La langue de l'argent, de la colère et de l'amour

Même les traducteurs "bilingues parfaits" sont contraints de choisir, tout au moins pour de longues périodes de temps, de n'écrire ou traduire que vers une langue. Celle que l'on cultive intellectuellement et que l'on pratique au quotidien. Celle avec laquelle on compte son argent, on se met en colère et on fait l'amour. La langue donc des sentiments les plus intimes.[17]
La fréquence des mariages mixtes, des migrations familiales et personnelles ainsi que le devenir des sociétés interculturelles, font que la notion de "langue maternelle", autrefois simple et pertinente, devient insuffisante pour définir la nature de la langue première.

Notre univers social et médiatique est déjà très complexe et multilingue. Il exige un niveau d'identification culturelle et émotionnelle à la fois élevé et prépondérant par rapport à la langue du cœur.
Sinon, la langue maternelle risque d'être assimilée à la langue de sa propre maman.
Voilà pourquoi on est entré dans l'ère des entreprises de production de publishing multilingue à dimension internationale. L'ère des véritables groupes multinationaux de traduction et de services multilingues. Dans les chapitres suivants, nous allons revenir sur ce sujet capital pour la production des services linguistiques.

2.2 Le couple traducteur-réviseur et la volupté au bic rouge

Où l'on parle du deuxième facteur de qualité dans la traduction : la révision. Et où l'on montre - pour l'éditing multilingue et commercial - l'indispensabilité d'un deuxième traducteur-réviseur de langue maternelle.

2.2.1 L'impossibilité de faire dormir les textes traduits

Toujours pressés, les traducteurs de textes industriels travaillent dans l'angoisse de ne pas pouvoir livrer dans les délais. Par contre, les grands traducteurs littéraires disposent généralement de beaucoup de temps. Leur travail est lent. Ils révisent leurs textes à plusieurs reprises après les avoir laissés dormir dans un tiroir. Histoire de s'en détacher

psychologiquement et de pouvoir les relire plus tard en toute liberté. C'est fou ce que l'écriture peut conserver pendant longtemps ses attaches dans la viscéralité intellectuelle la plus intime. Les aspects hypnotiques qu'elle provoque dans l'esprit de son auteur sont tenaces.[18]
En traduction, surtout dans la traduction de textes commerciaux, c'est pareil. A ceci près que, outre les contrôles et les révisions d'ordre orthographique, syntaxique et sociostylistique, il faut également assurer la perfection traductive sur le plan sémantique et la parfaite correspondance terminologique, même pour les mots techniques les plus rares. Et le tout dans des délais presque toujours impossibles. D'habitude, la traduction est commandée avec déjà un handicap de retard : celui que l'on a cumulé lors des phases précédentes. Ne dit-on pas, "après, il suffira de traduire et d'imprimer"?

2.2.2 Le réviseur spéculaire en tandem

Malgré les miracles quotidiens des traducteurs, reconductibles à un nombre épouvantable d'heures (généralement non comptées et non rémunérées) de recherches terminologiques, de corrections et d'homogénéisations lexicales[19], il reste tout de même le problème du temps de repos du texte traduit.
Pour qu'il puisse être révisé en toute liberté, il faudrait que le traducteur ait eu le temps de l'oublier - lui aussi - dans un tiroir. Pour qu'il puisse se remettre à la chasse aux fautes et aux tournures parasitaires induites par la langue-source, il faudrait qu'il dispose d'un double délai, au moins. Celui nécessaire au détachement et à la distraction qui lui permette de reprendre en main sa traduction pour la réviser méticuleusement, comme si elle avait été transposée par un autre traducteur.
Et c'est justement cette comparaison qui a dû amener certains bureaux de traduction, encore trop rares, à faire réviser par un deuxième traducteur, homologue et double du premier.
Cet expédient demande naturellement la disponibilité d'au moins deux traducteurs, jumeaux professionnels, en mesure d'intervenir sur le texte juste après sa traduction, dès sa première sortie de l'imprimante.
En effet, ce n'est pas le texte qui doit "reposer", mais c'est son traducteur qui doit s'en remettre.
Ainsi, pendant qu'il s'attelle à la tâche de réviser le texte traduit par son collègue, ce dernier, son jumeau linguistique, s'attaque à son tour, lui aussi, à la relecture d'un autre texte fraîchement traduit, muni d'un bic rouge prêt à faire justice immédiate de toute faute.

2.2.3 La jalousie du rival et le double contrôle

Mais qui révisera le réviseur ?
La solution à ce problème encore une fois crucial est toute prête. Ce sera le premier traducteur : il introduira dans l'ordinateur les corrections de son collègue. La jalousie provoquée par les attouchements à l'encre rouge commis par la plume de son "rival" traductif sur le corps de son écriture, le rend - c'est connu - passionnellement hypercritique. Il n'introduira les corrections manuscrites de son collègue que face à l'évidence d'une performance de transposition bien plus précise et élevée que la sienne.
Cependant, l'habitude de l'écriture l'aura vacciné contre l'orgueil virulent et stérile des rédacteurs et des "traduiseurs" occasionnels. L'intolérance à la critique est apprivoisée par la longue pratique à constater le caractère très faillible de l'écriture et de la traduction.
Par ailleurs, lui-même, en tant que réviseur symétrique et habituel, a appris à contrôler la volupté du bic rouge justicier. L'émulation amoureuse - si on nous permet de pousser encore plus loin cette métaphore - atteint son sommet productif lorsque les deux traducteurs se considèrent comme partenaires galants du texte-source.[20]
Rien ne se produit de beau - on le sait - sans la fécondité d'un acte d'amour.



2.3 La beauté fidèle de la révision “éthique” et “jurée”

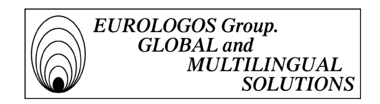
Où l’on montre que la première vertu d’une bonne traduction est d’être fidèle au texte-source. Et où l’on indique comment rechercher la beauté stylistique dans la traduction, même lorsqu’elle est “jurée”.

2.3.1 Jusqu’à dix niveaux de contrôles linguistiques

Ce sont donc essentiellement la rapidité d’exécution et les habituels délais de livraison “démentiels” qui exigent la disponibilité du couple traducteur-réviseur dans l’éditing bilingue ou multilingue. En réalité, les intervenants dans le processus de production d’un texte - soit dans la phase de rédaction, soit dans celle de la traduction - sont très souvent nombreux. En rédaction, en effet, les relectures multiples par les collègues, les responsables et correcteurs des autres services sont la règle. Dans l’édition d’un livre, les membres de la famille, les amis, les élèves, tous proposent des corrections, soulignent les hésitations, conseillent des inversions de forme. L’auteur en tient compte attentivement. Ainsi les réécritures se suivent et les opérations de révision n’en finissent presque jamais.
En traduction, surtout en traduction multilingue, le processus de révision peut également être poussé très loin. Pour des textes à haut risque, comme par exemple ceux des notices pour les produits pharmaceutiques, les révisions sémantiques, techniques et morphologiques additionnées aux validations terminologiques, d’homogénéité et de mise en pages, peuvent même atteindre la dizaine.
Mais, au fait, quel est le but d’autant de contrôles et de rectifications ?

2.3.2 La fidélité : non suffisante, mais nécessaire

Si un écrivain - ou un écriveur - peut se “contenter” de créer un texte dans un but exclusivement esthétique, le traducteur ne pourra s’estimer satisfait que s’il aura réussi également sur le plan de la finalité qu’on pourrait, par analogie, qualifier d’”éthique” : sa traduction devra aussi être fidèle. Il est intéressant, à ce propos, de remarquer la distinction soulignée par Antoine Berman entre “traduction littérale” et “traduction mot à mot”.[21] Si cette dernière n’en est pas une (elle n’est qu’un calque), la traduction littérale, par contre, peut être même une très bonne traduction. Sinon, on s’approche plutôt de l’adaptation. Nous y reviendrons.
La nature “éthique” d’une traduction consiste, en effet, à ne pas voler du sens au texte original. Et, si pour ce faire, le traducteur devra s’associer à d’autres professionnels, il n’hésitera pas. Condamné à l’ombre par vocation, il cultive son humilité comme vertu première. Son service absolu au texte original relève de l’abnégation. Dès la première révision, il doit faire preuve d’humble professionnalisme. En effet, tandis que le réviseur amateur laisse immanquablement éclater son ego dévastateur dans des massacres au bic rouge ensanglantant toutes les pages, le bon traducteur ne touchera le texte à réviser qu’en cas de nécessité absolue. Il accepte la parité réelle avec son collègue alter ego - lui aussi traducteur et réviseur en même temps - sans essayer de prévariquer sur son travail. A moins qu’il n’ait pas été volage.[22]
En effet, aussi bien en phase de transposition que de révision, le bon traducteur se préoccupe toujours de la fidélité au texte-source plus qu’à soi-même ou à son double linguistique.
Evidemment, nous faisons référence ici surtout aux fautes sémantiques, celles contre la fidélité, celles de sens. Sous peine de ne plus en être une, la traduction ne peut pas se les permettre.[23]



2.3.3 Le caractère intrinsèquement faillible de l'écriture

A moins qu'il s'agisse d'un texte traduit par un débutant, une page barbouillée de rouge est presque à coup sûr l'indice que le réviseur est un correcteur improvisé (souvent un technicien du client voulant jouer les linguistes avertis et très productifs). Ou bien il s'agit d'un fonctionnaire qui corrige le texte d'un traducteur hiérarchiquement subordonné. Dans l'administration publique et dans les grandes institutions internationales, il y a la caste des traducteurs d'un côté et celle des réviseurs de l'autre.

Ces derniers n'admettent pas - par statut d'ancienneté, naturellement - d'être révisés. Par ailleurs, noblesse oblige, ils ne traduisent point. Ce qui fait que les traducteurs souvent jeunes sachant mieux écrire que certains réviseurs, sont révisés à la tronçonneuse par ces derniers, tout en n'ayant pas la possibilité d'intervenir pour en corriger les fautes qu'ils introduisent - cela arrive ! - avant l'impression. Le caractère intrinsèquement faillible de l'écriture se moque des règles hiérarchiques de la bureaucratie. Même en traduction.

Un exemple flagrant de cette thèse réside même dans le titre de cette deuxième partie du livre. Une jeune traductrice, en le lisant, nous a fait remarquer que la "traduction technique", à la rigueur, n'existe pas. Il serait plus approprié de parler de "traduction de textes techniques" ! Bien que le concept de cet énoncé nous fût déjà familier - il est à la base, par exemple, de notre discours sur la technicité endémique de la publicité - nous continuâmes à utiliser l'expression "traduction technique" par inertie.

Et le fait que les professionnels des services plurilingues demeurent dans la paresse en utilisant mécaniquement cette expression fautive, ne constitue pas à nos yeux une véritable circonstance atténuante.

2.3.4 Traductions jurées, qualité linguistique et valeur légale

Pour réaliser des traductions jurées, il faut faire appel à des traducteurs assermentés près les tribunaux. Les traductions sont cachetées par ces traducteurs qui signent également les textes originaux, leur conférant ainsi la valeur légale de correspondance traductive. Il est à remarquer que cette valeur légale n'assure nullement la qualité intrinsèque jurée stricto sensu. Il s'agit de traductions signées par des traducteurs jurés dont le serment ne les engage, à la rigueur, que sur le plan moral.

Par ailleurs, il ne pourrait en être autrement. La faillibilité de l'écriture, on l'a vu, ne permet pas qu'un serment, si officiel et solennel soit-il, puisse garantir la perfection de la traduction.

En réalité, les traductions jurées ne s'appliquent qu'aux documents et aux certificats légaux. Bien souvent, ils sont même de qualité linguistique plutôt moyenne en raison de l'absence de révision ou de double contrôle. Pour des contrats internationaux ou des publications légales importantes, on suit les procédures de validation des traductions usuelles et, in fine, on va les faire légaliser par un traducteur assermenté. Après un dernier contrôle par ce dernier, naturellement.

Il est rare, mais cela arrive, qu'un client demande une traduction assermentée non pour des raisons de légalisation du texte traduit, mais pour qu'il soit "bien traduit". L'on se retrouve dans une situation assez semblable à celle des clients demandant une adaptation et non une traduction par peur qu'elle soit mauvaise. Dans ce cas également, il faut rassurer le client sur le niveau de qualité requis et lui faire économiser les frais propres à la traduction assermentée, en l'occurrence inutile.

Tout comme les traductions jurées, les interprétations jurées requièrent des personnes assermentées près les tribunaux.

Outre, naturellement, les causes pénales, l'interprétation jurée est obligatoire pour les actes civils (mariages, expertises, etc.).



Il est à souligner que les traducteurs et les interprètes assermentés de qualité deviennent de plus en plus rares à cause des tarifs ridiculement bas octroyés par les tribunaux.

2.4 Contrôle terminologique et homogénéisation multilingue

Où l'on montre l'importance centrale du travail terminologique en amont (constitution de glossaires) et en aval (contrôle lexical) de la chaîne productive d'un texte multilingue.

2.4.1 Le "word boom" et la terminologie technique

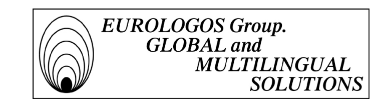
Les traductions dites techniques, nous l'avons vu, sont devenues aussi publicitaires. Cependant, les problèmes liés aux difficultés terminologiques demeurent critiques. En Europe, seul un nombre très limité d'entreprises de traduction a pu commencer à les résoudre. La précision terminologique constitue en effet la caractéristique essentielle de ce type de traductions. Les néologismes en sont les ingrédients principaux. La langue française, par exemple, a vu la naissance de presque 15.000 nouveaux mots au cours des vingt dernières années. La plupart de ces néologismes sont plutôt techniques. Un véritable word boom que la multiplication constante des domaines technologiques n'est pas près d'arrêter[24].
La figure préposée à résoudre les problèmes de terminologie est naturellement le terminologue. Avec l'aide des traducteurs, il a la tâche de créer et de mettre à jour les glossaires multilingues hautement techniques. Le soutien pratique d'un documentaliste qui, en amont, assure la fourniture de la documentation technique générale, lui permet de ne pas enfermer ses glossaires dans des pratiques douteuses et incestueuses de néologie improvisée. Bien entendu, le terminologue tout comme le traducteur, dispose aussi de nombreuses aides pratiques à la traduction.[25] A signaler, par exemple, les logiciels Translation Manager d'IBM (USA), Translator's Workbench + MultiTerm (RFA) et Optimizer de Site-Eurolang (France).

2.4.2 Les glossaires high-tech en amont

La fonction principale du terminographe consiste à construire les glossaires techniques multilingues propres à chaque entreprise ou département d'entreprise-cliente. Les traducteurs et réviseurs, dans leurs différentes langues, n'ont qu'à y faire référence. A ce stade, les responsables éditing des clients ont généralement déjà approuvé la liste des termes techniques et des expressions lexicales-clés. Le lancement de nouvelles machines et de nouveaux produits, souvent high-tech, exige la mise à jour et le développement permanent de ces glossaires. Surtout en expressions et termes nouveaux. Et, naturellement, en d'autres langues correspondantes à celles de marchés initialement non prévus.
En réalité, rares sont les entreprises et les bureaux de traduction pouvant se payer un terminologue. Face aux problèmes traductifs des termes techniques ou aux problèmes de néologie, l'on bricole encore allègrement. Et, pourtant, n'est pas philologue qui veut. Pour créer de nouveaux mots, il faut respecter des règles d'étymologie souvent complexes.

2.4.3 Après les traducteurs de langue maternelle, l'ère des terminographes

Hélas, le problème à résoudre est, comme toujours, d'ordre économique. L'on trouve encore des responsables de la communication prêts à surpayer sans broncher de l'affichage publicitaire ou des plans média très coûteux et souvent douteux. Mais lorsqu'il s'agit de traduction et d'éditing multilingue, ils deviennent singulièrement économes, voire irrationnellement radins. En évacuant



également le problème de l'efficacité dans les autres langues (lire, sur les autres marchés !), l'on se cache derrière le petit doigt des économies myopes (et finalement antiéconomiques) à réaliser. Ainsi, l'on a tendance à reporter sine die le problème de la perfection de la terminologie technique des textes en toutes langues.
Les leaders professionnels de la traduction et de l'éditing multilingue s'attendaient à ce que les années 90 permissent de produire ce saut de qualité en introduisant régulièrement les figures du terminographe et du documentaliste dans les activités de traduction.
On espérait qu'après avoir reconnu, dans les années 80, l'indispensabilité des réviseurs et de l'activité traductive exclusivement vers la langue maternelle, le temps fût venu pour que les terminologues, les documentalistes et les coordinateurs multilingues puissent être reconnus comme des figures irremplaçables dans les fonctions composant la chaîne productive d'un texte multilingue.
La crise économique, qui n'en finit pas de ravager ces années 90, a ralenti ce processus au point que quelques grands bureaux de traduction seulement peuvent se payer (au détriment de leur rentabilité !) un véritable contrôle terminologique moyennant des glossaires constamment et pertinemment mis à jour.[26]
La propriété du langage et son homogénéité multilingue, ça ne coûte pas tellement cher (par rapport aux résultats), mais ça coûte quand même beaucoup.
A ce propos, il est intéressant de citer ce qu'il a été remarqué par un traducteur professionnel qui a une longue expérience dans le secteur de la traduction à la fois technique et multilingue. Dans son livre "A practical guide for translators", Geoffrey Samuelson-Brown introduit ainsi la nécessité de l'homogénéisation des textes traduits nécessairement par plusieurs traducteurs simultanément : "Il y a des projets de traduction de dimensions tellement importantes qu'un seul traducteur est incapable d'y faire face. Dans ces cas il est nécessaire de disposer d'un traducteur auquel attribuer la responsabilité de l'harmonisation" (Multilingua Matters Ltd, Cleveton, 1995).

2.5 Le mythe notioniste du traducteur technique

Où l'on démontre le manque de fondement de la notion de "traducteur technique professionnel" dans un univers technologique qui ne cesse de multiplier ses domaines de spécialisation. Et où l'on rappelle la nécessité de traducteurs plus philologues et sociostylés.

2.5.1 La multiplication des technologies et la division des traducteurs

Même avec l'incroyable profusion de personnel dont disposent les institutions internationales aux organigrammes toujours pharaoniques, on n'arrive pas à pouvoir spécialiser tout à fait les traducteurs fonctionnaires. Et ce, malgré le nombre de domaines techniques relativement limité par rapport à celui auquel doivent faire face les bureaux de traduction du secteur privé.
Par ailleurs, comment peut-on prétendre disposer de traducteurs spécialisés, lorsque l'on sait que les technologies se développent et se multiplient continuellement ?
La polyvalence de l'homme de la Renaissance qui permettait à un Leonardo da Vinci de jongler aussi bien avec les arts picturaux et architecturaux qu'avec ceux de l'ingénierie mécanique, n'existe plus depuis belle lurette. Elle était possible dans la mesure où l'univers scientifique et technique - bien que déjà polyédrique - demeurait somme toute assez simple et limité.
Du reste, il serait paradoxal d'exiger du traducteur ce qu'on n'ose même pas demander au rédacteur : la connaissance approfondie de domaines technologiques les plus divers et les plus éloignés les uns des autres !



2.5.2 La folie du spécialisme parcellisé

Les écoles de traduction ont bien fait de résister aux sollicitations de ceux qui, surtout au début des années 80, prônaient l'enseignement de ce qu'on avait appelé la traduction technique. La folie du spécialisme pouvait ici toucher aux extrêmes conséquences du scientisme et du (faux) technicisme.

En effet, il n'existe pas de principes traductifs particuliers se rapportant à la traduction de textes techniques. Tout ce qu'on peut faire, si on veut, c'est pratiquer une pédagogie de la traduction technique en faisant traduire aux étudiants ce type de textes un peu plus souvent.

En réalité, les responsables de la profession demandent aux universités et aux instituts de traduction une préparation de plus en plus classique. Enrico Arcaini, dans *Analisi linguistica e traduzioni*, Pàtron ed., Bologna, 1986, va même jusqu'à affirmer et à argumenter que "(...) le traducteur doit être un linguiste qui possède la meilleure position théorique pour être traducteur car il détient les instruments d'analyse du code et est à même de rendre compte des phénomènes dont il traite". Pour ensuite exiger de lui un niveau élevé de professionnalisme : "la tâche du traducteur (tertium inévitable) est justement de reconnaître l'intentionnalité qui marque le texte. La traduction devient une opération complexe" (ibidem).

Un diplômé traducteur qui soit donc plus littéraire, plus philologue, maîtrisant davantage sa langue maternelle et plus en mesure de jongler avec les sociostyles.[27] Même au détriment de sa soi-disant spécialisation, toujours risible, en mécanique ou en électronique, par exemple.

Le profil culturel du traducteur doit ressembler plus à celui du généraliste philosophe (amateur de sens) qu'à celui du spécialiste "tous azimuts" (amateur de notions).

Tandis que le premier est préparé pour faire face à tout texte (fût-il le plus technique), le second risque d'être déjà obsolète avant de se mettre à la tâche (fût-elle la plus simple). L'amour du sens, la fidélité dans sa reproduction sont les fondements mêmes du métier de traducteur[28].

2.5.3 Le traducteur comme amateur insensé du sens

Le sens, rien que le sens et tout le sens, voilà l'objet du désir de la traduction. Marie Csolàny parle du traducteur en le comparant à un "danseur enchaîné", danseur puisqu'il danse dans sa langue maternelle, mais enchaîné parce que fidèle au sens et rien qu'au sens.
Mais, alors, quid des traductions de textes techniques ?
Il faut bien dire qu'en éditing industriel et commercial, tout texte est technique. Le seul problème pertinent, à ce niveau, est d'en déterminer le degré et la rareté, en d'autres termes d'évaluer la notoriété de sa terminologie.
Or, un texte technique n'est rien d'autre que le descriptif d'un fonctionnement technologique (c'est-à-dire logico-technique) moyennant une terminologie adéquate et précise. Une fois le problème terminologique résolu, comme on vient de le voir, avec des dictionnaires techniques et avec l'établissement préalable de glossaires phraséologiques, demeure celui d'être à même de bien traduire le descriptif.
La solution à ce problème tient à deux facteurs : le degré de technicité et, surtout, le degré d'intelligibilité interne du texte.
Nous allons voir dans les prochains chapitres comment ces deux niveaux entrent en rapport avec la spécialisation du traducteur, du réviseur, du terminologue et du correcteur technique. Tous liés dans la tâche de reproduire le sens, et rien d'autre que le même sens, dans les langues-cibles[29].



2.6 L'imposture mirifique du traducteur "spécialiste"

Où l'on continue à démystifier le mirage trop beau même pour être rêvé des traducteurs spécialistes, avec lequel certains bureaux de traduction boîtes aux lettres allèchent leurs prospects trop gourmands.

2.6.1 L'armée fantôme des traducteurs "spécialistes"

Avant de poursuivre notre chemin pour éclaircir les procédures et les conditions nécessaires à la réalisation des traductions techniques, il faut tordre le cou à une imposture que l'on rencontre encore trop souvent dans les publicités de soi-disant bureaux de traduction.
Il s'agit de l'offre mirifique de "traductions techniques" que certains bureaux font à leurs prospects. Ils se présentent comme les intermédiaires d'un nombre impressionnant de "traducteurs techniques" prêts à résoudre tout problème de traduction spécialisée. Ces agences tous risques se vantent volontiers de disposer de fichiers de plusieurs centaines de traducteurs, chacun "spécialisé" dans un domaine spécifique. Ils accréditent, ainsi, l'idée mirobolante d'une armée secrète de traducteurs tous reliés à leurs standards téléphoniques et voués à une spécialisation infiniment parcellisée[30].
Naturellement, il n'en est rien. L'on peut retrouver les mêmes traducteurs dans les fichiers d'autres agences, tristement homologues et toujours aussi délirantes. Ils y sont même classés dans des "spécialités" différentes.

2.6.2 Deux lignes, un fax et une boîte à fiches

En effet, les prétendues spécialisations de ces traducteurs ne sont rien d'autre que le fruit de classements assez arbitraires et aléatoires de ces agences au marketing désespéré. Elles ont tout simplement "classé" les curriculum vitæ reçus par la poste sur la base de petites annonces ou de candidatures spontanées, les critères de ces classements étant les déclarations des candidats traducteurs eux-mêmes !
Il s'agit presqu'à coup sûr d'agences de traduction dites "boîtes aux lettres". Elles se bornent à sous-traiter les traductions aux traducteurs free-lances promus "spécialistes" dans leurs publicités.
En réalité, ce "spécialisme" est inversement proportionnel au nombre de personnes internes dont disposent ces agences. Bien souvent, elles ne sont composées que d'un "directeur" et d'une secrétaire au bout de deux lignes de téléphone et d'un fax, sans oublier la boîte de fiches.
Les traducteurs ainsi "classés" traduisent, tant bien que mal, tout ce qu'on propose à leurs dictionnaires : ils travaillent, bien entendu, également pour les autres bureaux-agences et - à leur insu - pour d'autres "spécialités"[31].
Dès qu'une de ces traductions parvient à l'agence fantôme d'occasion, celle-ci, n'ayant pas de traducteurs internes capables de la contrôler et de la réviser, se borne à un simple changement d'enveloppe, tout en y incluant une facture-maison à l'attention du client.

2.6.3 L'overclaim des bureaux "boîtes aux lettres"

L'on comprend donc aisément comment ces traducteurs free-lances peuvent devenir, dans l'imagination de ces bureaux besogneux, des "spécialistes" très précieux.
En fait, leur véritable spécialité est de tirer d'affaire les bureaux en détresse qui utilisent la méthode dite de l'overclaim : un excès de promesses au prospect pour des services qu'ils ne peuvent ni assurer, ni contrôler à partir de leur entreprise.
Par ailleurs, il n'est pas vraiment exceptionnel que ces traducteurs soient bons et



professionnellement consciencieux au point d'assurer d'excellentes traductions longuement mijotées dans le secret de soirées passées héroïquement à leur table de travail[32].
Les bons traducteurs arrivent à faire des miracles. Même dans des domaines dans lesquels ils s'improvisent "spécialistes" avec virtuosité.
L'ennui, c'est que l'on ne peut pas systématiser et programmer les activités "miraculeuses".
Il y a, bien entendu, assez de techniciens qui, tout en se présentant comme traducteurs techniques, gagnent à être considérés comme des correcteurs de terminologies techniques ou comme des techniciens-conseils. C'est dans ces rôles qu'il est opportun de les utiliser au mieux[33]. Il s'agit, dans ces cas, de techniciens de haut niveau, qui exercent l'activité complémentaire de "traducteur".

2.6.4 Consultants techniques et non techniciens-traduiseurs

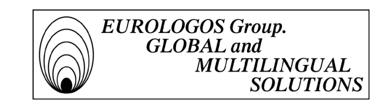
L'on a également des consultants, déjà indépendants, de bureaux d'ingénierie qui, entre autres, exercent une activité de conseiller technique, comme correcteurs ou terminologues, auprès d'un bureau ou de bureaux de traduction plus ou moins importants. Ils travaillent en étroite collaboration avec les traducteurs et les réviseurs des textes. Ou, encore plus pertinemment, avec les terminologues. Souvent il suffit de les contacter à leur bureau, à leur laboratoire, à leur atelier ou à leur cabinet médical. Ou à leur domicile pour avoir de retour - par fax ou par modem - le texte corrigé ou les termes contrôlés. A la fin de chaque mois, ils établissent une note d'honoraires globale pour les différents services rendus. Souvent petits, mais très précieux[34].
Leur demander des traductions intégrales est donc un double non-sens.
Tout d'abord, ils ne sont pas traducteurs, c'est-à-dire professionnels de l'écriture. A vrai dire, il est même assez rare qu'ils sachent écrire convenablement et, en plus, qu'ils soient de bons polyglottes. Parfois, comme on l'a vu, on les appelle aussi "traduiseurs"[35].
Deuxièmement, leur prix ne serait pas compétitif ou, ce qui revient presque au même, leur rentabilité ne serait pas acceptable. S'agissant de professionnels bien rémunérés dans leur secteur d'activité, produire de longs textes parfaitement traduits et tapés ne serait pas rentable pour eux.
A chacun son métier.

2.7 La technicité intelligible et la traduisibilité

Où l'on définit le niveau de traduisibilité d'un texte et où l'on souligne que son acceptabilité est proportionnelle à son intelligibilité logico-formelle. Surtout s'il s'agit d'un texte très technique.

2.7.1 Le niveau de qualité linguistique du texte technique

Un texte bien écrit - qu'il s'agisse de biologie moléculaire ou d'entretien d'imprimante laser - peut être parfaitement traduit par un bon traducteur "généraliste", même si - par l'absurde - on le suppose complètement ignare en chimie ou en électronique. La seule condition requise, c'est qu'il dispose des glossaires ad hoc. Et, comme on vient de le voir pour des cas de très haute technicité, d'une aide ponctuelle de la part d'un technicien-conseil.
Encore faut-il déterminer le niveau de qualité linguistique du texte original défini comme "bien écrit".
Evidemment, les seuls paramètres qui nous intéressent dans cette définition sont ceux qui en fixent le degré d'acceptabilité. Notamment, celui qui lui permet d'être admis à la traduction. En effet, si l'on parle d'acceptabilité d'une traduction, l'on doit également définir l'acceptabilité du



texte-source. La première - on l'a vu - étant toujours directement en rapport avec celle de la deuxième. Ne fût-ce que pour les difficultés de parvenir à le traduire.
L'on peut dire, donc, qu'un texte "bien écrit" - en l'occurrence technique - est un texte parfaitement intelligible sur le plan logico-formel, sémantique et syntaxique. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, ces observations ne sont pas abstraites. Les textes techniques mal conçus et peu intelligibles sont plus fréquents qu'on ne l'imagine.

2.7.2 Le traducteur "ignare" et le texte intelligible

Un texte bien écrit est un texte fourni d'un sens accompli, même si le signifié de certains mots pourrait, du moins en partie, échapper à la connaissance primaire du traducteur de service, bon professionnel quoiqu'ignorant ou presque du domaine.
Hyperboliquement, c'est comme si on avait à traduire un dialogue de Schtroumpfs où, au lieu des termes techniques, l'on utilisait le mot schtroumpf et le verbe schtroumpfer avec tous ses dérivés[36].
Il n'est pas impertinent, à ce propos, de remarquer encore une fois combien la traduction fonde son principe actif sur des catégories dites universelles. Celles qui sont communes à toutes les langues, même les plus éloignées culturellement. Il suffit, pourrait-on dire, de trouver le terme, la locution ou l'expression lexicale exacte, pour indiquer dans la langue-cible le "machin" technique et inusuel de la langue de départ.
Evidemment, nous parlons ici d'un texte fonctionnel et assez factuel présenté dans une morphologie simple bien que comportant des termes et des expressions lexicales pour spécialistes. Les textes techniques sont très souvent de ce type (ils devraient toujours l'être)[37]. Il va de soi que le traducteur et le réviseur "généralistes" font souvent appel à des spécialistes en la matière. Y compris les techniciens mis à disposition par le donneur d'ordre sur le plan terminologique, bien entendu, et pour la parfaite compréhension du fonctionnement logico-technique relaté dans le texte descriptif.

2.7.3 L'intervention du terminologue et du technicien-conseil

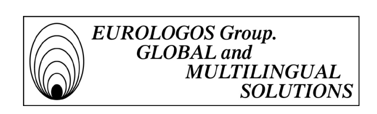
Cette aide sera d'une importance proportionnelle au degré de technicité du texte. Et, on ne finira jamais de le répéter, par rapport à la clarté du texte-source !
Tout traducteur professionnel est censé être en mesure de traduire sans l'aide d'un technicien une lettre commerciale ou un contrat industriel présentant un lexique et un style assez usuels. Il lui suffit d'utiliser le résultat de ses recherches dans les dictionnaires spécialisés, dans la documentation et dans les glossaires déjà disponibles. Le niveau de culture technique moyenne s'est par ailleurs considérablement accru ces quinze dernières années[38].
Si, par contre, le texte traite d'arguments techniques dont la notoriété est assez rare ou même très rare, d'autres cas de figure peuvent se présenter.
D'abord, l'intervention du terminologue ou du technicien-conseil. Elle peut se dérouler - ainsi qu'on l'a déjà vu - aussi bien avant qu'après la traduction, comme dans le cas des correcteurs techniques.
Dans les cas de traductions multilingues de grands projets d'éditing, elle se produit presque toujours à l'avance. La réalisation des glossaires en constitue l'élément central[39].

2.7.4 Le contrôle technique du client-correcteur

Mais il n'est pas rare que le donneur d'ordre - souvent une multinationale - charge les filiales ou les dealers dont il dispose à l'étranger, du contrôle linguistique des documents traduits.
Dans ce cas, il est opportun d'établir une solide relation préalable avec ces correcteurs finaux, afin de neutraliser la charge d'agressivité linguistique qu'il faut toujours escompter lorsqu'on



exporte un texte traduit vers le pays de la langue-cible. Eventuellement en leur rendant même visite.
La connaissance réciproque entre le traducteur et le correcteur technique désigné par le client permet d'instaurer un climat d'estime et, surtout, de tolérance par rapport à la langue et à ses trente-six styles expressifs, tous rigoureusement acceptables[40].
Il est à remarquer que la plupart des différends entre traducteur et correcteur du client résident paradoxalement dans le style et non dans la terminologie. Le paradoxe mis ici en évidence, par ailleurs, n'est pas totalement sans fondement, car même les textes les plus techniques sont fondamentalement descriptifs et comportent des implications pas tout à fait interculturelles. Federica Scarpa, dans son livre *Studi sulla traduzione tecnica e letteraria*, Edizioni Lint, Trieste, 1990, en parle lorsqu'elle cite, entre autres, les analyses de Peter Newmark : "L'unicité du référent, aussi bien dans la langue de départ que dans la langue d'arrivée, rend facile la traduction d'un point de vue terminologique en cas d'existence d'un glossaire spécialisé dans lequel à chaque terme du texte source correspond un terme équivalent dans la langue cible". D'autre part, ainsi que l'affirme Newmark, la terminologie ne constitue que 5-10 % d'un texte informatif; ce qui implique qu'au moins 90 % du texte soit constitué par sa structure morphosyntaxique, c'est-à-dire, plus généralement, par son style.
En l'occurrence, le correcteur technique du client doit, comme tout autre réviseur, s'armer d'humilité par rapport au texte reçu tout en le contrôlant minutieusement du point de vue de la terminologie et de la clarté technique. A ce moment, par contre, il devra être intraitable.
Par ailleurs, il peut arriver que ces techniciens, peu fournis en savoir-faire propre aux métiers de l'écriture, soient tentés d'abuser de leur position de réviseurs d'occasion et sans appel. Enfin perchés en juges suprêmes, ils risquent de s'abandonner au petit jeu linguistique dénommé "heureusement j'étais là" : un bombardement de corrections synonymiques au bic rouge est alors à craindre. Sans compter l'usuel cortège de répétitions, redondances, fautes d'orthographe et autres délices de néophytes de la traduction et de l'écriture.
Donc, à chacun sa spécialité :
Aux rédacteurs de bien écrire pour une bonne traduisibilité.
Aux traducteurs de bien traduire.
Aux réviseurs de réviser soigneusement.
Aux techniciens de corriger les termes et la phraséologie techniques ou d'en établir, avec les terminologues, les glossaires.
Et surtout, aux maîtres d'ouvrage (les donneurs d'ordre) de bien préparer et de limiter la mission de correction de leurs ingénieurs étrangers[41].
Sinon, on court le risque que le technicien du contrôle technique oublie de vérifier le bon état de la voiture pour s'adonner à des critiques esthétisantes sur la ligne de la carrosserie.



Troisième partie

De la traduction en direct vers le niveau qualité-adaptation

3.1 Le Syndrome du Quidam et la traduction en direct

Où l'on parle de l'angoisse du donneur d'ordre face à la non-transparence du processus de traduction des bureaux boîtes aux lettres. Et où l'on décrit comment la rencontre avec les traducteurs peut résoudre tout problème de confiance et de terminologie.

3.1.1 La peur légitime du traducteur inconnu

Mettons-nous à la place du donneur d'ordre ayant passé commande d'une traduction qui traite, évidemment, de son produit. Un produit qui représente souvent sa carrière professionnelle, son gagne-pain, des efforts de plusieurs années. Il l'a longuement et minutieusement fignolé jusqu'à en avoir une connaissance amoureusement parfaite. Celle-ci a été exprimée dans un texte technique et publicitaire qu'il a fait réécrire et remanier à plusieurs reprises dans sa langue. Il en connaît par cœur tous les termes, toutes les nuances descriptives et d'argumentation, toutes les valeurs des métaphores et des litotes utilisées.
Bref, il considère que ce texte fait corps avec son produit. Légitimement, d'ailleurs.
Et bien, à partir du moment où ce texte atterrit sur la piste située entre le clavier et les dictionnaires des traducteurs, notre client commence à endurer les souffrances d'un redécollage difficile et aux résultats, pour lui, toujours incertains. D'autant plus qu'il ne contrôle plus rien[42].
Qui va traduire son texte tant aimé ? La restitution de tous ses éléments sémantiques et stylistiques est confiée à un Quidam. Un inconnu. Quelqu'un qui ne "comprendra peut-être rien" à son produit ou qui, en tout cas, ira probablement "gâcher son image de marque" en commettant une traduction approximative et ridiculement "petit nègre". D'ailleurs, sa femme vient de lui montrer une notice d'emploi d'une friteuse qui a égayé la conversation à table aux frais des traducteurs d'un pays voisin[43].

3.1.2 La rencontre personnelle et suivie avec le traducteur ex-Quidam

La seule solution à ce problème qu'on a appelé le "Syndrome du Quidam" a été de permettre le contact direct entre le client d'une part, et le traducteur-réviseur d'autre part. Ayant la possibilité de les rencontrer, d'en évaluer le niveau culturel et la nature de "native speaker", le client se trouve déjà apaisé.

Le Quidam a un nom. Le client lui a parlé au téléphone, l'a même rencontré à son siège ou lors de sa visite au bureau d'éditing multilingue où il a également pu parler avec les autres traducteurs. Il tenait à leur "confier" certains termes techniques relatifs à son produit qu'il connaît depuis longtemps, même en danois (ce sont les seuls mots vikings qu'il sait écrire !). L'ex-Quidam lui-même a pris contact avec son chef de produit pour lui demander d'éclaircir le sens ambigu d'une phrase ou de certains termes.
Le Quidam est ainsi devenu un partenaire réel. Avec les autres traducteurs tout aussi ex-Quidam, le client dispose maintenant d'une équipe qu'il convie à une visite de son usine et à laquelle il réserve de la documentation confidentielle. Il a désormais à sa disposition de véritables collaborateurs linguistiques qu'il peut fièrement présenter à ses associés étrangers. Ça, c'est le service linguistique dont il n'osait même pas rêver. Surtout si son fournisseur de services linguistiques dispose d'une structure internationale et de filiales à l'étranger.
A ce stade, le Syndrome du Quidam a évidemment disparu.

3.1.3 Les traducteurs internes de grands bureaux de traduction et d'éditing internationaux

Le client s'est même renforcé dans sa relation avec ses partenaires internationaux. Il leur était totalement subordonné d'un point de vue de la langue de leurs marchés spécifiques.
Il a même pu échapper à la dictature linguistique du directeur marketing de sa filiale anglaise qui lui imposait - au prix fort et à des délais d'escargot - de tout traduire à Londres (via une agence de publicité à laquelle sa *wife* était, comme par hasard, associée).
Mais, voilà, pour pouvoir combattre le Syndrome légitime, très légitime, du Quidam, il faut que le bureau de traduction dispose de traducteurs internes. Des traducteurs, des réviseurs et des terminographes que l'on peut rencontrer, auxquels on peut téléphoner à tout moment pour un renseignement ou une recommandation. Pour une phrase à modifier ou à insérer.
Seule une équipe interne permet aux clients de prendre contact avec les traducteurs, de les faire entrer en relation avec leurs techniciens pour les mettre à contribution - généralement pour leur plus grand plaisir - dans la préparation des glossaires et pour résoudre une foule de petits problèmes traductifs tournant autour de termes techniques et de néologismes[44]. L'idéal, nous l'avons vu, est que l'entreprise de traduction dispose de filiales à l'étranger qui se chargent d'entrer en contact avec les sièges internationaux du client.
Les bureaux de traduction “boîtes aux lettres” qui sous-traitent la totalité ou la quasi-totalité de leur production à des free-lances, doivent par contre cacher “leurs” traducteurs aux clients et cacher leurs clients aux traducteurs.
Leur survie en dépend, naturellement. Tout comme la persistance néfaste du Syndrome du Quidam.

3.2 L'acceptabilité de la traduction et l'objet de ses critiques

Où l'on commence à parler des critères qui rendent acceptable une traduction et de la recevabilité des critiques émises par les clients-correcteurs.

3.2.1 La fourniture de mots dans des langues inconnues

Livrer une traduction, c'est réaliser une fourniture commerciale. Elle est donc soumise au contrat établi entre le donneur d'ordre et le fournisseur de services linguistiques. Mais, comme toute fourniture, une traduction doit franchir le seuil de l'acceptabilité.
Ainsi que nous l'avons déjà vu, ce seuil est déterminé par la restitution complète du contenu du texte de départ dans le texte-cible sur le plan du sens, de la syntaxe et de la terminologie.
Contrairement à presque tous les produits industriels et commerciaux, le produit “langue traduite” est par définition peu ou difficilement contrôlable par le client. En effet, il fait appel aux services d'un bureau de traduction parce qu'il ne dispose pas au sein de l'entreprise des spécialistes ad hoc[45].
Lorsqu'il reçoit la fourniture de mots dans les différentes langues pour la plupart inconnues ou - ce qui revient au même - peu connues par son personnel, ce client se retrouve ainsi dans la fâcheuse position de ne pas avoir assurément la garantie de la qualité ou de l'acceptabilité du produit qu'on lui a livré.
Bien qu'il ait choisi le bureau le plus réputé assurant les procédures de réalisation les plus complexes et les plus rigoureuses, il sera tout de même amené à demander le contrôle - comme nous l'avons déjà vu - de ses filiales ou de ses distributeurs à l'étranger. Chacun dans sa langue-cible.



3.2.2 La position inconfortable du client et le niveau qualité-traduction

Si tout se passe sans problème - comme dans la plupart des cas lorsqu'on aura choisi et payé le bureau de traduction ayant le physique du rôle - tout le monde est content.
Si par contre, un "correcteur" formule des objections, le client se retrouve dans une situation où il ne sait plus vraiment qui croire.

Entre temps, son prestige et, surtout, sa position politique peuvent être en jeu.
Même s'il voulait croire son bureau de traduction, comment ne pas contenter son *dealer*, son distributeur, si péremptoire lorsqu'il affirme "il faut tout réécrire" ? Comment résister à son vendeur sur le marché italien qui lui "assure" que la traduction n'a pas été réalisée par un italophone ? Comment défendre le texte lorsque son responsable R.P. portugais "jure" que la traduction a été réalisée "mot à mot" et que son style est tellement "lourd" qu'il faut la jeter à la corbeille ?[46]
Nous exagérons, bien entendu, mais cela peut arriver.
Nous consacrons un des prochains chapitres à la contestation légitime d'une traduction défectueuse. Mais nous traiterons tout d'abord des contestations plus ou moins infondées.
Quelques considérations préliminaires peuvent éviter de graves erreurs d'évaluation critique.
Tout d'abord, de quoi parle-t-on ? Quel est ce niveau dont on discute l'acceptabilité ?
A ce premier stade, il s'agit du niveau qualité-traduction. Celui déterminé par la restitution sémantique du texte de départ dans un texte-cible syntaxiquement correct.

Pas question, donc, de parler du niveau qualité-adaptation ou même du niveau qualité-éditing.
Et, deuxièmement, bien que l'on soit généralement d'accord que l'on vit dans un monde où il est rare de rencontrer des gens sachant écrire convenablement, il est en revanche très fréquent de trouver normal que les critiques, même "littéraires", soient légion. Mais les professionnels de l'écriture le savent : souvent le criticisme est non seulement sans fondement, mais également sans objet.

3.2.3 C'est à ses outils critiques que l'on reconnaît le bon correcteur

D'habitude, les critiques d'occasion montrent eux-mêmes des aspects inquiétants de leur illettrisme en étalant ponctuellement la misère de leurs outils d'analyse[47].
En l'occurrence, ils vont rarement plus loin que les expressions banales sus-indiquées. L'on reconnaît, par contre, un correcteur professionnel à ses outils critiques. A la qualité de sa métalangue de service, c'est-à-dire à la précision et à la propriété de son langage d'analyse. Lorsqu'on rencontre des approximations sentencieuses, des poncifs paresseux ou des banalités génériques à la place d'observations stylistiquement détaillées, de notations aiguës ou de remarques pertinentes et argumentées, on peut être sûr que l'on a affaire à un inculte jouant les intellos-professionnels.
Et quand ce personnage toujours en quête de mise en valeur est de surcroît un technocrate frustré ou un petit fonctionnaire, l'on risque de toucher même aux limites des réactions pathologiques[48].

3.2.4 L'excès de zèle et les démons linguistiques

Le bon correcteur est donc décelable à l'humilité de son attitude. Celle propre aux gens dont la plume est mise au service de la communication industrielle et de la communication tout court. A la modestie parfois retenue, sinon hésitante de leurs remarques. A la tolérance rigoureuse de leurs réflexions qu'ils savent adressées à des collègues à qui l'on doit, en tout cas, les honneurs des armes. Mais, surtout, le bon correcteur est celui qui, s'il se livre à des corrections tous azimuts, tient compte du fait que le donneur d'ordre n'a payé que le prix du niveau - en

l'occurrence - qualité-traduction. Sinon, on se trouve face à des cas de critique infondée. Et l'acceptabilité de la traduction ne peut jamais être vraiment mise en cause.
Le client, cependant, n'a pas pu totalement effacer ses réserves sur le texte plus ou moins contesté. Il demeure enfoncé dans ses difficultés relationnelles avec ses collaborateurs trop zélés que lui-même a "sacrés" interlocuteurs critiques[49].
Il reste toujours quelque chose, on le sait, après la calomnie ou la médisance.
Ainsi la tentation d'éveiller les démons des débats linguistiques, lamentables et stériles, est trop grande. L'objectif que l'on poursuit, il ne faut pas l'oublier, est celui de s'assurer de l'acceptabilité des textes et de la qualité de l'éditing.
Mais d'autres éléments préjudiciels doivent encore être résolus avant de pouvoir sérieusement établir l'acceptabilité d'une traduction.

3.3 L'archilecture du traducteur et ses critiques impaires

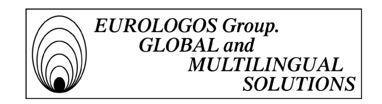
Où il est question de la lecture profonde, le premier stade du travail de traduction. Et où l'on présente le problème de la textualité des critiques et de la susceptibilité des traducteurs.

3.3.1 La lecture profonde du traducteur

Le traducteur est avant tout un lecteur. A vrai dire, il est le lecteur par excellence. Et pour cause. Pour réécrire le texte dans sa langue-cible, il doit d'abord l'avoir lu avec une intensité difficilement plus pénétrante.
Sa lecture est à la fois globale et "pointillée". Elle tend aussi bien à percevoir le dessin général du texte qu'à en analyser chaque détail, chaque unité syntagmatique. Autant il a la faculté d'en enregistrer les résonances les plus allusives et inexprimées, autant il en décrypte les codes et les micrologiques qui insufflent du sens à toutes ses locutions.
La lecture du traducteur est consciente, totalement consciente. Même le texte le plus charmant ne le distrait pas de son impitoyable activité analytique. Ainsi, il aime (ou déteste) les yeux ouverts. Il sait que c'est de l'éveil de son "balayage optique" que dépend la fidélité de sa traduction. De sa capacité constatative découle la possibilité que sa traduction restitue, avec précision, la totalité sémantique et morphologique du texte lu[50].
Mais le traducteur, à la manière d'un scanner intelligent très futuriste, enregistre également les sociostyles, les figures rhétoriques et les phraséologies les plus originales. Et, souvent, il doit déjà défricher à la lecture les mauvaises herbes des redondances et des ambiguïtés involontaires, des illogismes conceptuels et des répétitions terminologiques toujours éprouvantes.

3.3.2 L'analyse textuelle au scanner

Bref, la lecture du traducteur constitue l'accueil le plus ouvert et le plus tolérant de l'altérité linguistique et culturelle dans le foyer de sa langue et de sa culture.
Les linguistes ont appelé ce type de lecture, "l'archilecture". Les traducteurs sont ainsi parmi les rares archilecteurs qui, à leur tour, se situent parmi les véritables et rares lecteurs de notre temps. Ils sont parmi les rarissimes qui pratiquent - même si c'est par obligation professionnelle - l'analyse du texte et du discours[51]. Les traducteurs s'occupent, en effet, de la lecture critique des textes et non des commentaires psychologiques sur la vie culturelle de leurs auteurs.
Et c'est peut-être là que réside la pierre d'achoppement entre les traducteurs et ceux qui critiquent superficiellement leurs textes transposés. Le fait que ces derniers s'expriment par des locutions génériques ou des poncifs à cliché, rend invérifiables, donc impertinents, leurs propos.



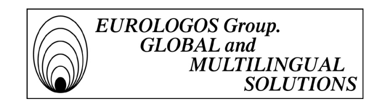
Ceux-ci se transforment ipso facto même en déclarations désobligeantes aux yeux des traducteurs qui détestent les lieux communs et les mots-omnibus (surtout - bien sûr - lorsqu'ils se réfèrent à l'analyse de leurs traductions).
Difficile de leur jeter la pierre : on n'accepte de critiques, on le sait, que de la part de ses pairs.

3.3.3 Une bataille linguistique d'arrière-garde

Depuis que l'on sait qu'une bonne traduction est une traduction qui n'en n'a pas l'air, tout réviseur amateur se sent en devoir d'observer que le texte qu'il a sous les yeux a été traduit "mot à mot" ou qu'il a été écrit par un traducteur "non de langue maternelle".
Vu que les pratiques des bureaux boîtes aux lettres sont loin de disparaître, il n'est pas rare que certaines de ces observations soient fondées. L'absence de révision et la fréquence encore importante de traductions réalisées par des non *native speakers*, fait que ces bureaux, on ne peut plus bas de gamme, réussissent à créditer, ou à entretenir, une triste (et obsolète) image de la profession.
En réalité, même des textes originaux ressemblent parfois à des traductions. Les "intrusions" des langues étrangères sont nombreuses[52]. Heureusement, pourraient dire pas mal de linguistes, car une langue fermée devient incestueuse et rapidement archaïque. Le français, en particulier, est une langue (il faut le dire) particulièrement frileuse : les puristes ultra-conservateurs y sont sinon nombreux, du moins intransigeants. Mais, heureusement, ils sont perdants. Ils mènent des batailles somme toute d'arrière-garde[53]. Le linguiste Claude Hagège s'est même amusé à se moquer gentiment de ces défenseurs d'une cause à perdre à tout prix. Il a même cité, dans un de ses livres, un propos en la matière très significatif datant du... seizième (!) siècle : "Ce n'est point chose vicieuse, mais grandement louable : emprunter d'une langue étrangère les sentences et les mots pour les approprier à la sienne"[54].Evidemment, il ne faut pas non plus prôner l'écriture de textes remplis artificiellement de barbarismes. Loin de là. Si l'on soumet à l'analyse de ces "critiques" trop expéditifs trois textes écrits par des grands journalistes ou essayistes dans leur langue maternelle, il n'est pas certain qu'ils ne soient jugés "traduits littéralement" ou "par des traducteurs non de langue maternelle". Il n'en n'est pas moins vrai que l'on succombe trop facilement à la tentation d'accuser le texte d'être traduit "mot à mot" ou "par un étranger". Prudence ![55]

3.3.4 Corrections d'auteur sans le savoir

Mais ce qui suscite particulièrement la colère des traducteurs, c'est l'injustice de leur attribuer des "fautes" de traduction qui ne sont que le fruit de textes mal conçus et mal écrits dans l'original. Les correcteurs des clients - sans contrôler les textes de départ - se livrent ainsi à des corrections d'auteur tout en attribuant la responsabilité de leurs interventions aux pauvres traducteurs. Quelquefois ils le font même en essayant de leur faire jouer le rôle de têtes de turc. Les clients devraient se rappeler plus fréquemment que l'on règle parfois ses comptes par l'intermédiaire du traducteur de service[56]. Toutefois, le plus souvent, ces corrections d'auteur ne sont que le fruit de ce que Jean-René Ladmiral définit comme la quête de la "quasi- perfection" : "l'effort asymptotique d'une amélioration supposée toujours possible de l'état auquel est parvenue une traduction, qui se trouve de ce fait sans cesse remise sur le métier"[57]. Il est également possible que cette recherche de la "quasi-perfection" soit suivie par des correcteurs qui peuvent se situer de facto sur des positions même très éloignées de la stratégie de communication fixée, par exemple, par une multinationale.
Il n'est, en effet, nullement assuré qu'un correcteur d'une filiale soit sur la même longueur d'onde définie par la maison mère dans le *Corporate Identity Handbook*. Comme nous le verrons dans les prochains chapitres, le marketing se mêle souvent des problèmes de traduction. Lors du



Colloque International de Paris sur *"La liberté en traduction"*, organisé en 1990 "en hommage à Danica Seleskovitch et à la théorie interprétative de la traduction qu'elle a fondée", le Directeur du Service Publications de *Digital Equipment France* s'exprimait ainsi : "Les stratégies de traduction devront donc trouver un difficile compromis entre cette contrainte normative [l'house style, n.d.r.] et l'indispensable souplesse que nécessite l'adaptation d'un produit aux exigences culturelles des pays visés"[58].

3.4 Le prix du style et du stylo : le marketing se mêle de l'écriture

Où l'on décrit les tentations auxquelles sont soumis les correcteurs des clients - surtout à l'étranger - lorsqu'on leur confie la révision des textes traduits. Et où l'on découvre que parfois la loi de Peter est également applicable aux responsables des réclamations.

3.4.1 L'orthodoxie linguistique de frontière et les sièges à l'étranger

Toute personne sachant à peine écrire correctement a toujours envie de réécrire le texte qu'on soumet à sa lecture, pourvu qu'elle soit payée pour le faire et qu'elle sache que le texte est le fruit d'une traduction. Si en plus, il a été traduit à l'étranger (ou que l'on pense qu'il a été traduit à l'étranger), une fièvre réparatrice peut s'emparer du relecteur "indigène" qui se sent subitement investi de la mission hautement patriotique de "purifier la violation stylistique et territoriale" dont le texte aurait été victime.

Le réflexe, par exemple, de certains réviseurs hollandais ou français (et pas seulement parisiens) lorsqu'ils ont à revoir un texte qu'ils savent traduit en Belgique, est bien connu. Les préjugés s'installent, bien qu'il soit assez notoire que la petite Belgique, surtout francophone, compte une longue tradition de grammairiens de premier plan comme Goosse, Doppagne, Hanse ou Grevisse[59].

Il est par ailleurs bien connu que les populations de frontière défendent l'orthodoxie linguistique de leur culture d'appartenance avec une rigueur et une vigueur toujours inégalables.

Malgré tout cela, le soupçon intégraliste continue à guetter tout opérateur éditing sédentaire. Ainsi, face à un texte d'importation, les préjugés risquent de pleuvoir. On peut ressortir toute la panoplie du bêtisier "xénophobe", même s'il s'agit - en l'occurrence - de traducteurs compatriotes expatriés. Et même si cette expatriation est culturellement privilégiée et féconde : en Belgique par exemple, les traducteurs étrangers disposent d'importantes communautés linguistiques homophones, d'écoles en langue maternelle, de chaînes de télévision des pays d'origine (une trentaine de chaînes câblées par foyer !)[60], d'organismes internationaux de référence, de journaux quotidiens de toute provenance dans les kiosques le matin même, de relations en continu avec leurs familles résidant dans leur pays d'origine qu'ils visitent même très fréquemment[61].
Mais, on le sait, le potentiel de "polemos" pour les questions linguistiques, en l'occurrence la susceptibilité critique par rapport aux problèmes de sa propre langue, est toujours très élevé. Autant, alors, éviter cet écueil en le contournant carrément. Mieux vaut, en effet, utiliser des traducteurs locaux de langue maternelle à même de neutraliser tout préjugé linguistique. La solution radicale étant celle de l'entreprise de services linguistiques et de publishing multilingue disposant de sièges internationaux.

3.4.2 Prévenir le chauvinisme des dealers correcteurs : l'agence de traduction internationale

Evidemment, nous parlons ici des traducteurs de “langue maternelle” - nombreux ! - ayant suivi des études dans la langue et les pays d’origine. Fini les “immigrés” d’autrefois, isolés après avoir perdu toute attache vitale avec leur langue de base.
Le donneur d’ordre qui fait appel à des correcteurs dans les pays-cibles afin qu’ils procèdent au contrôle des textes traduits, devra être très prudent dans le choix et dans la préparation de ses collaborateurs. Il devra également délimiter avec précaution le terrain d’entente pour une mission qui pourrait se révéler assez délicate, afin d’éviter que ses correcteurs ne se prennent pour des membres de l’Académie Goncourt promus au grade de maréchal, munis d’un stylo à sceller. La loi de Peter, suivant laquelle tous sont “naturellement” induits à franchir dans leur carrière le seuil d’incompétence, guette également - et surtout - les chargés de missions temporaires[62].
Il n’est pas exclu bien sûr que le client, pour s’en sortir, fasse des concessions à ses correcteurs. Même s’il s’agit de remarques stylistiques et non techniques. Un accord avec des responsables appartenant à sa force de vente à l’étranger vaut bien un stylo. Par- là même, il aura tapé un peu sur les doigts du bureau de traduction bien habitué, par ailleurs, à encaisser des coups fourrés.
Ils ont toujours bon dos, les traducteurs.
La solution optimale, ainsi que nous l’avons déjà vu, est naturellement de disposer d’une agence de traduction internationale pourvue de network et de filiales à l’étranger.

3.4.3 Les manœuvres contre la centralisation rationnelle des projets plurilingues

Certaines manœuvres manigancées par le correcteur indigène devront cependant être traitées de manière intransigeante par le client. La première est, sans aucun doute, la revendication implicite ou même explicite de pouvoir faire réaliser lui-même les traductions sur place par un traducteur ou un bureau de traduction qui “jouit” de sa confiance.
Il s’agit de l’attaque audacieuse et classique visant au sabotage ou à la sécession du projet rationnel organisé par le donneur d’ordre, pour la réalisation centralisée de l’éditing multilingue de son entreprise ou de sa multinationale.
L’unité de la communication pour les produits à marchés multiples et internationaux constitue de plus en plus un impératif essentiel. Et économique.
C’est à partir des années 70 que les multinationales ont commencé à centraliser la production de documentation multilingue. Cette nouvelle orientation ne s’est pas imposée sans des résistances plus ou moins ouvertes. Et les conflits d’intérêts, sur le plan politique et économique, n’ont pas été rares[63].
Parfois, ils persistent : il n’est pas exceptionnel de rencontrer aujourd’hui des filiales récalcitrantes. Souvent on découvre qu’elles ambitionnent - il pourrait s’agir même d’un seul de ses responsables - de faire confier tout le budget de l’éditing à leurs fournisseurs locaux. Si on doit s’interdire, dans ces cas, de penser que des avantages personnels puissent être impliqués plus ou moins directement, il est assez fréquent que des intérêts de carrière et de pouvoir - même légitimes, bien entendu - soient en jeu[64].
Pourquoi dès lors le responsable local ne pourrait-il pas être influencé dans ses jugements par des facteurs extra-linguistiques ?
Dans le but de remédier à tous ces problèmes, les donneurs d’ordre se doivent de choisir des entreprises de services linguistiques réellement multinationales. Leurs organisations internationales constituent déjà, en soi, une force de dissuasion face au pouvoir surfait et arbitraire des filiales à l’étranger.

3.5 Le dernier mot entre traducteur et client-correcteur

Où l'on examine le problème contractuel et déontologique de la responsabilité du maître d'ouvrage (le client) et du linguiste-conseil (le bureau de traduction) lors de la finalisation des textes traduits et des "bons à tirer".

3.5.1 Les trois catégories de commentaires

Il va sans dire, mais il vaut toujours mieux le dire, qu'en dépit de la complexité de la procédure, la mise à contribution des correcteurs - nationaux ou internationaux - chargés par le client de revoir les documents après leur traduction ne présente généralement pas de difficultés insurmontables[65].
Mais qui aura le dernier mot ? C'est simple, le client !
Le donneur d'ordre demeure - comme toujours - le maître d'ouvrage.
Cependant, après avoir reçu les textes corrigés par les filiales internationales du client, le bureau de traduction doit signaler à ce dernier ses commentaires sur le travail des correcteurs locaux. Il devra, notamment, mettre en évidence et classer les corrections en trois catégories.
Tout d'abord, les corrections nécessaires, liées fondamentalement à la terminologie (erreurs de sens, synonymes plus appropriés ou expressions idiomatiques et professionnelles – souvent du technolecte d'entreprise – plus pertinentes).
Deuxièmement, il faudra communiquer au client le caractère d'équivalence des corrections stylistiques, celles correspondant plus ou moins au texte du traducteur (il s'agit, ici, de corrections subjectives, pas vraiment nécessaires ou généralement dues à l'excès d'amour-propre du correcteur trop zélé)[66].
Et, finalement, le bureau de traduction doit signaler toutes les fautes d'orthographe, de sens, de propriété lexicale et stylistique introduites (fatalement et involontairement) par le réviseur dans sa fougue (hyper)correctrice.
Il faut aussi considérer que le correcteur de service, comme on l'a déjà vu, n'est généralement pas un professionnel de l'écriture[67].

3.5.2 Le dernier devoir déontologique du bureau de traduction

Un des devoirs déontologiques du bureau de traduction est donc de fournir ce dernier service au client avant qu'il procède à la signature du "bon à tirer" pour l'impression des documents.
L'architecte a toujours le devoir de signaler à son client maître d'ouvrage l'inconvenance kitsch de placer un nain de jardin ou une fenêtre rococo à côté de la porte d'entrée de sa maison. Ainsi, le dernier mot - ou, pour être plus précis, l'avant-dernier mot - sur un service fondé sur les mots doit être accordé au professionnel de l'écriture, même si c'est uniquement en tant que conseil. C'est d'ailleurs dans l'intérêt exclusif du client qui, on ne doit pas l'oublier, reste le responsable juridique et économique de son éditing.
Pour sa part, le bureau de traduction doit remplir son contrat de partenariat-conseil jusqu'au bout, c'est-à-dire jusqu'au seuil du bon à tirer.
En d'autres termes, il doit se comporter comme le fournisseur d'un constructeur assembliste moderne qui assure son assistance "just in time" et complètement.
Jamais il n'abandonnera son client au jugement final de ses correcteurs d'occasion.
Par ailleurs, pour le bureau multilingue, c'est la seule façon de défendre la qualité de ses propres services. Non sans avoir admis, courageusement et humblement, les fautes réelles toujours possibles (et admissibles) de ses traducteurs. A ce propos, nous parlerons dans les prochains chapitres de la traduction qualité-adaptation et qualité-éditing.

Après l'analyse rigoureuse des corrections apportées tous azimuts par les filiales internationales, le climat de panique et de fatale dénigration par rapport au traducteur s'estompe. Et on est ramené, normalement, à des jugements équilibrés et conscients du défi toujours ardu de coucher une belle ligne acceptable en plusieurs langues[68].

3.6 Les bureaux "boîtes aux lettres" : la fonction commerciale d'intermédiaire malgré l'analphabétisme

Où l'on revient sur les bureaux "boîtes aux lettres" incapables de traiter une contestation à cause de leur analphabétisme relatif. Mais où l'on constate également leur réelle fonction de médiation commerciale.

3.6.1 La prière surréelle de certains bureaux de traduction

Lorsqu'on ne sait ni lire, ni écrire - c'est connu - on est analphabète. Et, qu'on se le dise, sont analphabètes tous ces bureaux de traduction s'arrogeant la capacité de traduire en "toutes langues", bien qu'ils ne disposent pas de traducteurs internes à même de garantir la lecture et l'écriture de ces mêmes langues.
Donc, chaque fois qu'un bureau de traduction sous-traite un texte à traduire vers une langue alors qu'il ne dispose pas - à l'intérieur - d'au moins un traducteur de langue maternelle correspondante, ce bureau est analphabète.
Or la plupart des bureaux de traduction pataugent dans cette lamentable situation surréaliste. Il s'agit généralement de bureaux minuscules constitués par quelques personnes en charge de tâches administratives, à savoir la prospection et, surtout, le "trafic", le dispatching des textes aux traducteurs free-lances sous-traitant. Lorsque ces bureaux livrent aux clients les textes traduits, ils sont censés avoir beaucoup prié les cieux et saint Jérôme, patron de la traduction, pour que les traducteurs auxquels ils ont fait appel aient bien travaillé. Et, surtout, ils sont censés également prier pour obtenir la protection d'Hermès afin que leurs clients ne contestent pas les traductions, car ils ne sauraient même pas leur répondre, puisqu'analphabètes par rapport à la langue, ou aux langues, en question.

3.6.2 Le double contrôle des langues rares

Par ailleurs, même les très grands bureaux de traduction se retrouvent parfois dans des situations, sinon comparables, du moins analogues lorsqu'ils doivent assurer à leurs clients des traductions vers des langues rares. Celles pour lesquelles eux non plus ne disposent pas à l'intérieur d'au moins un traducteur de langue maternelle pouvant réviser et contrôler de manière sûre la traduction[69].
Mais, contrairement aux langues comme l'anglais, le français, l'allemand, l'espagnol, l'italien et - spécialement pour la Belgique et les Pays-Bas - le néerlandais, les langues dites rares en Europe occidentale sont effectivement utilisées... rarement.
Normalement, ces grands bureaux disposent - pour ces langues - de free-lances professionnels ou de correspondants à l'étranger - notamment avec leurs filiales - avec lesquels ils entretiennent des rapports de travail consistants et continus. Deux caractéristiques très importantes par rapport à la qualité du travail. Et à ses délais.
Mais, alors, comment les grands bureaux de traduction et d'éditing multilingues peuvent-ils



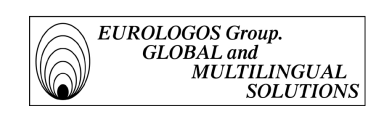
garantir la qualité des services en langues rares, tout en ne disposant pas de Japonais, de Chinois ou de Russes dans leurs équipes internes ?
Par la règle du double contrôle, toujours valable.
Ainsi, on fait appel à deux traducteurs différents, l'un traduisant et l'autre révisant, sous le contrôle direct du terminologue ou du coordinateur du bureau. Certes, le niveau de contrôle qualitatif n'atteint pas forcément celui garanti au sommet (qualité-adaptation ou qualité-éditing) pour les langues usuelles, mais il constitue déjà un standard élevé et plus qu'acceptable. Sauf dans des cas d'éditing - nous y reviendrons dans les prochains chapitres - les clients peuvent être comblés par ce niveau de validation linguistique.

3.6.3 Le charme des petits bureaux bilingues

Le fait qu'il faut être très critique à l'égard des bureaux "boîtes aux lettres", ne veut nullement dire qu'il faut rejeter les petits bureaux. A la seule condition, cependant, qu'ils s'affichent en tant que fournisseurs de services linguistiques pour le nombre de langues - généralement une ou deux - vers lesquelles travaillent leurs rédacteurs ou leurs traducteurs internes.
En effet, il existe beaucoup de petits bureaux, gérés par d'excellents traducteurs, qui gagneraient à être fréquentés s'ils ne se présentaient pas comme bureaux de traduction tout puissants et "toutes langues".
Même dans ces cas, le client a intérêt à se rendre, au moins une fois, dans le petit bureau qu'il veut choisir, pour vérifier personnellement la présence des traducteurs et des réviseurs sur place. Pour s'assurer que les conditions d'une bonne traduction sont ainsi réunies, le donneur d'ordre n'a pas d'autre solution. Sinon, il s'expose fatalement à recevoir des fournitures pour le moins douteuses. Et, surtout, il risque de réaliser de fausses économies.
D'ailleurs on connaît bien les aboutissements désastreux et ridicules des grenouilles analphabètes se prenant pour des bœufs polyglottes.

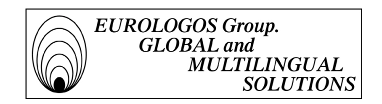
3.6.4 Lorsque l'intermédiaire est sollicité

Cependant, peut-on dire que les bureaux boîtes aux lettres ne remplissent aucune fonction utile ?
D'un point de vue strictement linguistique, ils n'apportent point de valeur ajoutée au produit-traduction. Ils s'en tiennent généralement au niveau de qualité-traduction (plan sémantique et syntaxique), cependant aléatoire car fourni par un traducteur free-lance sans double révision.
Par contre, d'un point de vue commercial, leur fonction est toutefois remarquable. Leur nombre en fait foi. Les donneurs d'ordre pour lesquels le facteur qualité n'est pas (considéré comme) vital et qui ne disposent pas de personnel interne - en quantité et en qualité - à même de coordonner la réalisation d'un projet multilingue, y trouvent tout de même leur intérêt.
Par ailleurs, lorsqu'on rencontre des entreprises sur le marché, il ne faut jamais oublier que leur existence est le fruit - tout simplement - d'une demande du marché lui-même. Sinon elles disparaîtraient rapidement.
Vu sous cet angle - économiquement essentiel - on ne peut pas trop leur en vouloir. Mieux vaut soigner les causes que s'attaquer aux effets. Malgré tout, ce livre est consacré à cela.



Quatrième partie

De la qualité-adaptation à la qualité-éditing



4.1 L'adaptation publicitaire multilingue et les segments visés

Où l'on parle de l'adaptation des textes publicitaires above- et below-the-line et où l'on traite du rapport copywriter-traducteur pour le repérage des sociostyles des marchés ciblés.

4.1.1 Le retour des copywriters

Les textes publicitaires *above-the-line* sont courts. Même les plus longs sont courts : ils dépassent rarement quelques petites lignes. On pourrait dire que les années 80 - où l'above régnait presque sans partage - ont souvent relégué les copywriters à n'inventer que des slogans ou à élaborer des jeux de mots. Leur horizon phraséologique devait tenir aux quelques secondes censées disponibles pour la lecture d'une affiche quatre sur trois. Ou d'une double page quadri d'un magazine, assimilée elle aussi à un abribus. Cette annonce était munie d'un *headline*, d'un *claim* au-dessous du *pack shot* obligatoire et à côté d'un *mini-copy* remplacé, le plus souvent, par un *base line* souvent considéré, à son tour, comme toujours trop long.
Il est vrai que le public ne réfléchissait pas trop et lisait moins encore. La course à la consommation était encore insouciante et très rapide.
Le modèle d'annonce publicitaire de référence était même devenu celui de Benetton : une photo plus un logo et beaucoup d'espace (plus ou moins induit) dans les médias. A croire qu'on s'acheminait vers l'époque fatidique de l'agraphie, des copywriters au chômage et des traducteurs-adaptateurs au musée. Fini les annonces aux *body-copies* cossues à la Bernbach ou à la Ogilvy.
L'on pouvait même se demander si les chefs de publicité, en renonçant massivement au pouvoir éternel et irremplaçable de la parole, du logos, n'étaient pas en train de creuser leur tombe pour le bonheur des centrales d'achat d'espace et des photographes. Oliviero Toscani, le photo-publicitaire le plus célèbre, en est encore cyniquement convaincu. Mais la parole, surtout le mot imprimé, se réserve (heureusement) toujours le dernier mot.
Depuis quelques années, les copywriters, commencent à réapparaître derrière leurs textes bien typographiés. Surtout derrière une marée de *below-the-line* où l'écriture est plus que jamais reine. Ouf !

4.1.2 Pas de traductions, des adaptations !

Depuis la fin des années 80, le déferlement des activités fondées sur le *business to business* fait que les paroles imprimées ne se sont jamais portées aussi bien (compte tenu de l'actuelle et très longue dépression économique, bien entendu).
Ce sont, pêle-mêle, les mailings, les argumentaires de vente, les manuels d'utilisation, les présentations de produits, les historiques d'entreprise, les descriptifs de production, les catalogues, les dépliants, les rapports annuels, les Web sites, les plaquettes et autres journaux et périodiques d'entreprises qui constituent le pain quotidien des adaptations que les traducteurs doivent assurer.
Leurs clients sont les agences de publicité, de direct marketing et de promotion, les bureaux de relations publiques. Et naturellement, les services marketing et communication des entreprises plus ou moins multinationales. Tous visant à défendre l'image des marques et à conquérir de nouveaux marchés.
Les documents multilingues en sont les munitions toujours insuffisantes et jamais assez performantes. Leur efficacité dépend fondamentalement de leur faculté à s'adapter aux marchés visés. D'où la demande pressante d'adaptations. En théorie, le mot traduction pourrait même suffire car il inclut déjà les connotations les plus courantes de l'adaptation. Mais les clients,



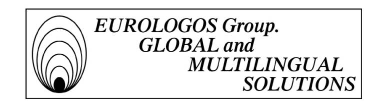
surtout par peur de recevoir des calques, des transpositions mal réalisées ou des traductions à coups de dictionnaires utilisent ce mot, désormais entré dans l'usage[70].
Lorsqu'on demeure dans le langage de l'écriture et que l'on parle d'adaptation, on trouve bien des traducteurs qui considèrent que l'on déprécie ainsi la valeur du mot traduction. Ils l'estiment assez noble et parfaitement à même d'adapter tout texte original vers la langue d'arrivée[71].

4.1.3 Avant le sociostyle, le géostyle : la qualité-adaptation

Il reste néanmoins à éclaircir - dans l'adaptation publicitaire - quelques problèmes concernant le marché-cible. En effet, une adaptation dépend toujours du sociostyle et des caractéristiques économico-culturelles des segments de marchés visés. Ceux propres à la langue-cible.
La première particularité du sociostyle est le géostyle. S'agit-il d'un espagnol du Chili ou de la Costa del Sol ? Faut-il se préoccuper plutôt du marché flamand ou des Pays-Bas ? Et, pour la version anglaise, le choix sera-t-il l'américain ou le britannique ? Quant au portugais, "cette fois, pas d'hésitation : le journal ne sera lu que par le personnel, en grande partie ouvrier, de l'usine à Saõ Paulo".
Une fois résolu ce premier problème de géostyle, en faisant appel - généralement - à un traducteur ou à un réviseur dont la langue maternelle est celle du pays ou de la région ciblés, demeure celui des constantes et des variations sociostylistiques entre segments homologues de lectorat dans les différents marchés.
Si le concept du texte-source est bien conçu, donc bien écrit, le traducteur arrivera à l'adapter assurément. Même en recourant aux idiotismes appropriés. Le rédacteur devra cependant suivre les conseils que nous venons de rappeler dans le chapitre consacré aux contraintes de la traduction multilingue. Et, surtout, pour atteindre le niveau de qualité-adaptation, il devra suivre de près le simple ou double retour du texte au traducteur-adaptateur avant qu'il soit définitivement couché sur le papier[72].

4.1.4 Le va-et-vient de l'adaptation publicitaire

Les admirables traductions-adaptations du plus grand best-seller mondial des années 80, *Le nom de la rose*, ont été réalisées très lentement. Son auteur italien, Umberto Eco, grand sémiologue et polyglotte, a voulu contrôler personnellement les différentes versions. Et, pour les langues principales comme l'anglais, le français, l'allemand et l'espagnol, il a consacré presqu'un an de travail de révision et de consultation avec chaque traducteur. Ce n'est qu'après plusieurs retouches, réécritures et validations, qu'il donnait le bon à tirer de chaque édition.
Une adaptation publicitaire ne peut être réalisée qu'en suivant la même méthode, mais en un temps record. Le va-et-vient des textes entre rédacteur, traducteur, réviseur, correcteur-client et coordinateur linguistique (*project manager*) doit être à la fois complet et rapide. Très rapide, comme d'habitude en éditing commercial.
Ce même va-et-vient est également de mise lorsqu'on procède à des adaptations de textes pour dessins animés ou pour des chansons (surtout pour enfants). La traduction doit être contrôlée par les distributeurs nationaux afin d'en vérifier (outre la pertinence linguistique) une foule de détails qui vont des dénominations aux licences légales. Les textes doivent s'adapter au timing et à la rythmique de l'élocution des personnages. Ce qui fait que l'on est amené à traduire même très librement : la fidélité formelle au texte-source devient alors assez secondaire. Surtout lorsqu'on doit respecter le synchronisme labial (*lipping*). De la qualité-traduction, après le contrôle-client et deux ou trois réécritures et retouches, on a ainsi atteint le niveau qualité-adaptation. En écriture, rien n'est simple.



4.2 La valeur et le prix de la qualité

Où l'on renseigne le lecteur sur la façon de déjouer le piège très coûteux qui consiste à tomber dans le panneau des bureaux "boîtes aux lettres". Et où l'on évalue les prix par rapport à la valeur des services intégrés dans le produit final, qu'il s'agisse d'un grand bureau ou d'un indépendant.

4.2.1 Mieux vaut le bas de gamme moins cher que la moyenne fantôme

Si l'on ouvre les pages jaunes de n'importe quel bottin des plus grandes villes d'Europe, on a la possibilité de recevoir - pour la traduction d'un même texte et marché par marché - des prix allant du simple au quadruple et plus.

Le client ignare du produit-traduction, croyant bien faire, est souvent tenté d'éliminer les prix les plus élevés et les plus bas pour finalement tomber en plein dans le panneau des bureaux de traduction "boîtes aux lettres" : le pire qui pouvait lui arriver, comme on vient de le voir. Mieux vaudrait choisir les traducteurs indépendants isolés et bas de gamme, mais ne travaillant que vers leur propre langue maternelle !

En effet, ces bureaux fantômes font passer à la trappe de leurs châteaux en... papier mâché la différence entre leur prix et celui des traducteurs free-lances, sans qu'aucune valeur soit ajoutée de leur part aux textes traduits sauf - comme on l'a vu - sur le plan de la médiation purement commerciale.

Le ni cher ni bon marché, est, dans ce cas, exactement ce qu'il ne faut pas choisir.

Les gastronomes réputés conseillent toujours de ne fréquenter que certains petits bistrots (pour y déguster le remarquable mono-plat du jour) ou les grands restaurants de haut niveau.

Mieux vaut un bon et simple cassoulet de la patronne, ne cuisinant que dans sa... langue maternelle, que la carte internationale bricolée au micro-ondes du restaurant "moyen" toutes-spécialités-mondiales-précuites.

Derrière la prétention de ces bureaux "boîtes aux lettres" se présentant comme capables de jongler avec toutes les langues, on entrevoit l'arrière-cuisine pleine de boîtes de conserves et de plats surgelés d'imitation plus que d'importation. Et, à la place d'une batterie de cuistots, aux provenances internationales bien certifiées et chacun spécialisé dans la cuisine de son pays, on n'a affaire qu'à un seul ouvrier décorateur de plats réchauffés aux provenances douteuses. Bon appétit.

4.2.2 Sans traducteurs internes nombreux, pas de grands bureaux de traduction

Tandis qu'une agence de publicité, même très petite, peut toujours revendiquer qu'elle dispose d'un ou deux génies qui lui permettent de se hisser au rang des très grandes agences créatives, dans la traduction, cette possibilité n'existe point.

Pour être un grand bureau de traduction, il faut disposer de beaucoup de traducteurs-réviseurs (au moins deux par langue), de terminographes, project managers et de coordinateurs, tous internes et travaillant constamment côte-à-côte. Les traducteurs, aussi intelligents soient-ils, ne peuvent travailler que vers leur langue maternelle. A défaut de les considérer comme des génies, ils sont donc censés être nombreux et travailler en équipe[73].

Par conséquent, lorsqu'on rencontre une publicité d'un bureau de traduction qui vante l'intelligence ou le volontarisme exceptionnel de "ses" traducteurs, c'est que ces derniers sont trop peu nombreux par rapport au nombre de langues que la boîte prétend assurer. Les grands bureaux de traduction, les vrais, avec beaucoup de traducteurs internes, ça coûte cher, très cher.



C'est la raison pour laquelle ils sont rares. Et ceux disposant de filiales à l'étranger sont encore plus rares.
A première vue, rien ne distingue une ligne bien écrite, révisée et longuement travaillée d'une autre tapée à la va-vite et sans révision. Le client qui doit choisir son fournisseur de services linguistiques a donc intérêt à se renseigner minutieusement et, surtout, à en visiter plusieurs. S'il n'y trouve pas les traducteurs et les réviseurs dont il a besoin, point de traductions.
Et ceci indépendamment des prix.

4.2.3 Le prix modeste au mètre linéaire

Mieux vaut passer commande - nous le répétons encore une fois - à des indépendants isolés et bien choisis en faisant, au passage, également des économies. Les clients sauront au moins à quoi s'en tenir : pas de textes révisés par un deuxième traducteur, pas de traductions multilingues, pas d'homogénéisation avec les autres langues, pas de rapports terminologiques avec les correcteurs techniques internationaux, pas de disponibilité lorsqu'ils sont déjà pris, en vacances ou malades.
Pas non plus d'interlocuteurs partenaires au niveau international et du prépresse, comme nous le verrons dans les prochains chapitres.
Quant aux prix des grands bureaux de traduction, les clients peuvent être rassurés. L'action de bradage que plus de 95 % du marché de la traduction leur imposent (les clients étant complices volontairement sinon consciemment !), fait que leur tarif présente certainement le rapport qualité/prix le plus favorable.
Sans parler de la complexité, de la rapidité et de la garantie permanente du service.
En effet, la relative ignorance des clients quant à la nature réelle de la fourniture-traduction et à la valeur ajoutée que ces bureaux incorporent au texte avant et après sa livraison, fait que leurs prix se situent toujours aux alentours du prix de revient. S'ils arrivent à s'en sortir, c'est qu'ils travaillent beaucoup gratuitement. Aussi étrange que cela puisse paraître, c'est la vérité.
Tout prospect ou client peut facilement en faire la preuve en analysant méticuleusement la valeur des prestations, de toutes les prestations, intégrées dans une traduction multilingue et en la mettant en rapport avec le tarif de ces grandes sociétés de traduction.
Par ailleurs, il suffit de penser que les grands bureaux multilingues se font eux aussi payer, pour l'essentiel, à la ligne.
Une prestation on ne peut plus complexe, quantifiée au mètre linéaire !

4.3 A chaque niveau de qualité, son tarif

Où l'on met en évidence, après la distinction entre qualité-traduction et qualité-adaptation, le chemin à parcourir pour atteindre la qualité-éditing. Et où l'on parle du rapport de partenariat entre bureau de traduction et filiales du client à l'étranger.

4.3.1 Le contrôle, facteur fondamental de la qualité

Les néophytes des métiers de l'écriture ne soupçonnent pas que les manuscrits des écrivains, avant d'être imprimés, sont soumis à plusieurs opérations dites d'éditing. Elles peuvent être très importantes et même les auteurs confirmés s'y plient de bonne grâce. Ils savent que c'est pour leur bien. Les top models font de même en se préparant longuement dans leur loge, avant chaque défilé et ce malgré leur beauté.
Les spécialistes de l'éditing préparent et accompagnent les manuscrits pour les transformer en



imprimés aptes à défiler sous les yeux des lecteurs tant convoités. Les contrôles et les phases de ce processus peuvent même être nombreux. Fondamentalement, on l'a vu, il faut distinguer quatre niveaux :

- le niveau qualité-copywriting qui rend le texte apte à la traduction (validation de la traduisibilité, souvent après l'avis des traducteurs et un rewriting) ;
- le niveau qualité-traduction où l'on assure (comme minimum !) une transposition complète du sens et un texte syntaxiquement correct ;
- le niveau qualité-adaptation où l'on peaufine jusqu'à obtenir une équivalence totale, textuelle et contextuelle, ou une adéquation publicitaire sur le plan du géostyle et du socio style du lectorat ciblé[74] ;
- et, enfin, le niveau qualité-éditing, celui de l'assemblage assorti et coordonné entre textes, images, photos et dessins. C'est-à-dire le zéro défaut à imprimer (ou à enregistrer, pour les productions audiovidéo).

Ce processus à quatre stades implique de lire et de relire les textes d'un point de vue orthographique (même les grands écrivains récidivent dans des fautes) et d'un point de vue syntaxique (les accords, les temps des verbes, les anacoluthes espiègles et autres diablotins d'encriers).

Entre-temps, l'on se sera mis au nettoyage des redondances, au ponçage des aspérités stylistiques, aux raccordements des syllogismes, aux redressements des linéarités conceptuelles interrompues par simple étourderie, aux éclaircissements des ambiguïtés involontaires, à l'élimination des idiotismes, des lapalissades et des morphologies hétérodoxes. Puis, c'est le tour du rewriting des passages nébuleux ou partiellement répétitifs écrits dans la fatigue. L'on s'attaque également aux répétitions et à l'homogénéisation des figures de style résiduelles.

Ensuite, il faut s'assurer de la traduisibilité de tous les textes. Procéder à leurs vaccinations pour les longs voyages qu'ils doivent entreprendre dans des langues étrangères. Si nécessaire, il faut même les réécrire ici et là.

Parallèlement, l'on vérifie l'exactitude des traductions relatives à l'équipement critique des sources, aux références bibliographiques, aux correspondances des notes et des renvois.

4.3.2 La chasse aux erreurs jusqu'au "bon à tirer"

Et, finalement, après avoir procédé à ce qu'on appelle une lecture naïve de contrôle, les premières épreuves à la main, on... recommence !

Tout d'abord, l'on s'assure qu'il n'y ait pas eu de bourdons, c'est-à-dire des passages de texte, des titres disparus à la photocomposition (avalés par les mémoires après une fausse manœuvre à l'écran, pendant qu'on procède à un habillage, par exemple). Et puis, ce sera la chasse ouverte aux coquilles, aux lignes veuves et orphelines, à la continuité des titres courants, aux approches mal proportionnées des lettres, aux lignes creuses, aux gras des chapeaux débordants, aux fausses coupures de mots.

Ainsi, en contrôlant l'assiette typographique des textes, on a encore la possibilité de dénicher d'autres erreurs qui avaient échappé aux vérifications précédentes, bien qu'elles fussent nombreuses et soignées.

Pitié pour les nobles victimes professionnelles du pouvoir hypnotique des mots imprimés !

Remarquons qu'en phase finale, par exemple en studio d'enregistrement, la valeur sémantique et stylistique d'une phrase peut changer considérablement par rapport à l'interprétation particulière qu'un speaker ou qu'un comédien peut lui attribuer. D'où la nécessité de la présence d'un traducteur en studio pour contrôler "l'orthographe" de l'interprétation (l'acteur peut faire des



fautes de prononciation) et pour éventuellement apporter les dernières retouches au texte tout en assurant son adéquation à l'interprétation du speaker.
La qualité-éditing, c'est aussi cela.
Les mêmes considérations sont applicables à un éditing imprimé. L'assiette graphique, le titrage, les illustrations et les légendes peuvent modifier sensiblement la valeur des textes et des mots. Le rédacteur et les traducteurs doivent donc veiller jusqu'au bout du fatidique "bon à tirer".

4.3.3 La qualité comme fonction directe de l'investissement économique

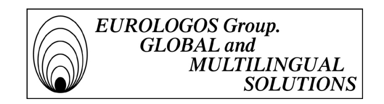
Voilà pourquoi nous ne cessons de mettre en garde contre l'arrogance des critiques intolérants et inexpérimentés. Les véritables critiques de la parole imprimée sont avant tout des bibliophiles, connaisseurs de toutes les procédures de la production éditing. Donc, capables de situer avec précision et équilibre la hiérarchie et la responsabilité des objets de leurs remarques par rapport à l'économie de l'éditing en question.
La grandeur et la perfection de *A la recherche du temps perdu* de Proust tiennent aussi au nombre incroyable de relectures et de remaniements opérés par l'auteur. Il ne cessait, pendant d'interminables nuitées dans sa chambre, de coller sur ses textes, ses fameuses "paperoles" de correction, à longueur d'année.
La perfection d'un éditing multilingue, sa qualité, découle donc de l'investissement économique qu'on lui a consacré[75].
Or, presque tous les contrôles propres à la phase de copywriting sont également de mise après les traductions ou adaptations. Parfois même, ils se confondent.

4.3.4 Les facteurs constitutifs de la qualité-éditing

Le client doit donc prévoir d'accorder aux textes sortis de la phase traduction ou adaptation presque les mêmes soins qu'il a consacrés au texte original après sa première version "manuscrit".
Nous avons bien écrit "presque les mêmes soins" car ceux-ci dépendent du niveau de perfection et de traduisibilité du texte utilisé comme texte de départ pour les traductions.
Plus le texte-source est "préparé" pour être traduit - comme nous l'avons vu - moins les opérations de contrôle éditing seront nombreuses après ses transpositions.
Mais même le texte le plus fignolé et muni d'un passeport bien validé pour toutes les langues, devra être traité après sa meilleure traduction pour atteindre la fatidique qualité-éditing.
Ce traitement dépend fondamentalement de deux facteurs : le facteur stylistique et, comme nous le verrons dans le prochain chapitre, le facteur politique.
Examinons tout d'abord le niveau de qualité stylistique et sociostylistique des traductions que le client exige.
Les travaux de ponçage, de finition très sophistiquée et les multiples contrôles ne peuvent pas être offerts gratuitement. De même, entre le prêt-à-porter et la haute couture, réalisée naturellement sur mesure et après plusieurs essayages, les différences de prix correspondent aux divers niveaux de qualité manufacturée.
Les correcteurs du donneur d'ordre situés à l'étranger, auxquels les clients confient les textes qu'ils ont reçus traduits par les bureaux de traduction, tombent souvent dans le piège très élémentaire de juger sans tenir compte du niveau de qualité en jeu et contractualisé.

4.3.5 Le facteur politique et le partenariat linguistique

Tandis que la fourniture a été souvent réalisée au prix de la qualité-traduction, ces dealers ou ces correcteurs de filiales à l'étranger s'adonnent parfois à des critiques propres à la qualité-adaptation et même à la qualité-éditing. Il arrive qu'ils soient induits en erreur par le niveau très



élevé des traductions habituelles que les traducteurs ont déjà livrées, gracieusement et avec talent, conformes au niveau éditing. Ces correcteurs finissent donc par considérer comme “droits acquis” des performances exceptionnelles - même si elles sont fréquentes - toujours non rémunérées à leur hauteur. Ainsi, en payant le tarif de la qualité-traduction, l’on finit par prétendre à la qualité-éditing qui pourrait coûter du double au triple.
Mais les traitements linguistiques nécessaires pour passer de la qualité-traduction à la qualité-adaptation et à la qualité-éditing dépendent également d’un deuxième facteur : le facteur politique.
Le client doit concéder à sa filiale ou à ses distributeurs à l’étranger des opérations de restyling, ne fût-ce que pour les contenter. Et, surtout, pour les associer aux politiques managériales ou commerciales véhiculées, souvent, par les mêmes documents à éditer.
On l’a déjà vu, les grands bureaux de traduction ont bon dos et doivent même supporter - s’il n’y a pas d’autres solutions - des critiques injustes de la part de ces interlocuteurs assez occasionnels[76].
Paris vaut bien une messe. Mais à la condition, naturellement, que le client appelle le bureau de traduction à concélébrer cet office comme un partenaire. Mieux encore, comme un partenaire à haute complicité qu’on ne devrait pas oublier de bien rémunérer. Au-dessus, bien entendu, des tarifs qualité-traduction, qualité-adaptation et même qualité-éditing.
Notons que le bureau de traduction accusé injustement par le dealer-correcteur doit toujours préparer un rapport écrit pour apporter la preuve claire et évidente de l’acceptabilité et de la qualité de ses services. Souvent, il doit même corriger les fautes flagrantes introduites par le correcteur. Il arrive même que le montant facturé pour les textes traduits soit inférieur aux prestations pédagogiques “après-vente” fournies pour défendre la validité de sa fourniture !

4.4 L’irresponsabilité contractuelle des intermédiaires : bonjour l’éthique

Où l’on analyse la dérobade de l’intermédiaire, qu’il s'agisse d'une petite agence de publicité ou d'un bureau “boîte aux lettres”, lorsque le client final “n’a pas aimé” la traduction. Et où l’on esquisse la typologie de l’accord de partenariat avec les grands bureaux multilingues.

4.4.1 Lorsque le client n’a pas forcément raison

“Le client n’a pas aimé, donc on ne vous paie pas”. Voilà la petite phrase sans argumentaire et prétendument sans réplique que certaines agences de publicité adressent parfois à leurs fournisseurs de traductions.
Le client, bien entendu, ce n’est pas le client du bureau de traduction. Il s’agit du client de l’agence. Elle ne se présente, finalement, qu’en intermédiaire purement commercial.
Si leur client, en effet, n’a pas aimé, ce n’est, en principe et malheureusement, pas l’affaire du bureau de traduction qui n’a pas pu traiter ni évaluer la plainte. Le client, dit-on, a toujours raison. Toujours ? Pourquoi le client aurait-il nécessairement et toujours raison ? Nous venons de voir qu’il a mille et une possibilités d’avoir tort. En tout cas, l’agence de publicité a certainement tort car le contrat qui la lie à son client n’a pas beaucoup de points communs avec celui établi couramment avec le bureau de traduction.
Lorsqu’on conteste une fourniture, il faut au moins motiver sa critique. Pourquoi les traducteurs seraient-ils des fournisseurs contestables sans motifs précis ? Il va de soi que le fait de ne pas avoir aimé, ou tout au moins de l’avoir déclaré, ne constitue pas une raison (suffisante) de contestation. “Etre contesté - disait Victor Hugo - c’est être constaté”.



4.4.2 Le prix de la qualité-traduction pour la qualité-éditing

Tout cela va de soi, naturellement.
Et pourtant même si c'est rare, il se peut qu'on rencontre des cas aussi surréels. Souvent, il s'agit de toutes petites agences qui, ayant généralement bradé leur marché, essaient de se faire fournir un service qualité-éditing au prix de la qualité-traduction. Ou, pire, qui ne font aucune différence entre les deux niveaux de qualité. Au client elles facturent au prix fort (si on ose dire) le service éditing conformément à leur rapport de conseil en communication. Et au fournisseur - le bureau de traduction - elles paient ou essaient de payer le service au prix faible de la qualité-traduction.
Comme on l'a vu, ce petit jeu fonctionne, malgré tout, assez souvent. Non sans provoquer la fierté secrète et habituelle des traducteurs. Et ceci, dans l'indifférence apparente de ces publicitaires trois fois (et trop) petits malins, affichant comme normal que l'on puisse leur fournir de la rédaction multilingue clés en main pour trois fois rien à la ligne.
Il est très intéressant de remarquer que cette attitude est exactement la même que celle des bureaux "boîtes aux lettres" face à "leurs" traducteurs free-lances. Eux aussi ont tendance à refuser le paiement des factures si leurs traductions n'ont pas "été aimées". Et bonjour l'éthique professionnelle.
Non seulement, donc, ces intermédiaires n'ont pas honte de répercuter indûment leurs contradictions sur les fournisseurs qui demeurent dans l'impossibilité de défendre leur travail par manque d'accusations précises, mais ils n'ont pas honte non plus de dévoiler leur impuissance professionnelle : étant dans l'impossibilité de mettre en contact leur fournisseur avec le client qui s'est déclaré mécontent, ils ne sont pas en mesure de vérifier le bien-fondé de la réclamation.

4.4.3 Le partenariat linguistique à la place de la simple fourniture de lignes

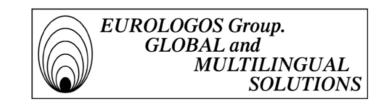
Evidemment, cette situation paradoxale est un non-sens total pour les bureaux "boîtes aux lettres" qui feraient mieux de changer de métier et de s'attaquer au déblayage très prometteur de la neige au Groenland.
Pour les petites agences de publicité, par contre, le problème - au fond - n'est qu'économique. Si elles ne disposent pas de spécialistes réviseurs internes - pour elles il n'y a pas de quoi avoir honte ! - elles doivent associer leur fournisseur de services linguistiques dans un partenariat bien plus complexe que celui de la simple fourniture de lignes qualité-traduction. Ce qui implique de construire un autre type de relation fondée sur une collaboration et une fidélité ouvertement projectuelles et même stratégiques.
Lorsqu'on est petit, surtout lorsqu'on est petit, il ne faut pas hésiter à chercher des protections et des alliances.
Un accord de partenariat - même ponctuel - ne coûte généralement pas cher et, en tout cas, se révèle toujours moins cher que des échecs dévastateurs autrement inévitables.

4.5 Comment contester une traduction ?

Où l'on définit le cadre contractuel de référence pour les contestations et où l'on signale cinq précautions à prendre pour éviter de fausses routes.

4.5.1 Les contestations légitimes

Comment doit s'y prendre le client non satisfait d'un service de traduction ? Comment la contester en faisant valoir ses droits tout en respectant ceux du bureau de traduction ?
Nous avons, jusqu'à présent, examiné le problème du point de vue de la rigueur professionnelle



et en nous posant en défenseurs des traducteurs. Nous avons surtout mis en exergue le caractère non recevable de beaucoup de plaintes, soit à cause de l'absence d'objet (critiques limitées au plan stylistique pour des textes limités à la qualité-traduction) soit à cause de l'absence de critiques précises ("le client n'a pas aimé").
Vu le nombre incroyable de bureaux "boîtes aux lettres" auxquels les clients confient des traductions, le bien-fondé des plaintes ne devrait pas être rarissime. Ces bureaux-fantômes sont en effet analphabètes pour les langues que, par définition, ils ne connaissent pas. Ne pouvant pas procéder à des révisions, ils livrent - on l'a vu - des textes à haut risque. Le client est donc tôt ou tard amené à en contester un, en toute légitimité.
A l'égard de ces bureaux "boîtes aux lettres" ou de tout autre traducteur, voire à l'égard d'un grand bureau si international soit-il, au moins cinq précautions sont à prendre.
Mais rappelons avant toute chose de quoi il est question : il s'agit de contester l'écriture. Celle que Roland Barthes avait située "entre la langue et le style". A moins donc que l'on ait établi un contrat d'éditing, il n'est pas question de contester le style de l'écriture. Dans ce cas spécifique, il s'agit de remettre la copie du texte traduit et d'en demander le peaufinage. Même à plusieurs reprises.
Par ailleurs, les copywriters procèdent de la même manière avec les annonceurs lors de la rédaction initiale. Donc, une fois que l'on a décidé de ne contester que l'écriture de la traduction, il convient d'examiner la première des cinq précautions.

4.5.2 Les cinq précautions

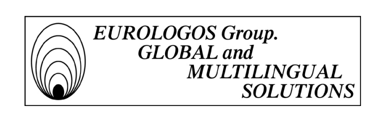
D'abord, il faut exprimer des critiques quant aux textes traduits tout en demeurant à l'intérieur - comme on vient de le dire - du contrat établi. S'il s'agit d'une commande courante, donc de simple niveau qualité-traduction, l'on ne peut exprimer de réclamations qui ne pourraient être pertinentes que pour le niveau qualité-adaptation ou le niveau qualité-éditing.
Deuxièmement, il faut bien mettre en évidence les fautes de traduction, s'il y en a, sur le plan du sens (écarts sémantiques importants aussi bien par défaut que par excès, oublis de passages décisifs et autres sauts de lignes). La qualité-traduction impose toujours une fidélité substantielle à l'économie globale du texte-source.
Troisièmement, il faut signaler les fautes syntaxiques et orthographiques, surtout si elles sont flagrantes ou répétitives. Pour la qualité-traduction, l'on considère généralement admissible une fréquence de fautes de 0,1-0,5 pour mille signes. Il est également nécessaire de différencier les fautes internes à la titraille (plus graves) ou aux textes (moins graves).
Quatrièmement, il faut souligner l'utilisation de terminologies gravement fautives, surtout si on avait fourni des glossaires, de la documentation explicative ou si on avait mis à la disposition des traducteurs des contacts directs avec des techniciens experts en la matière.
Cinquièmement, si le client se rend compte qu'il perd, malgré tout et à l'évidence, son temps dans une contestation qui prend la dérive d'une relation pédagogique gratuite avec le bureau de traduction, le seul conseil à suivre est de payer immédiatement l'incontestablement dû et de laisser l'initiative au bureau de traduction indélicat. La charge de récupérer le reste est ainsi attribuée à celui qui - jusqu'à preuve du contraire - a provoqué la crise du contrat commercial. La bonne foi du client est ainsi assurée par le paiement de la prestation pour sa partie incontestablement reconnue et par la pertinence critique des observations avancées mais restées sans réplique.
En cas d'édition ratée, le donneur d'ordre est en droit de contester et de réclamer des dommages et intérêts à un bureau de traduction, mais uniquement dans le cadre d'un contrat de qualité-éditing zéro défaut.
Il va de soi que l'on ne peut pas prétendre qu'un traducteur soit condamné à payer pour les



dommages provoqués par le fait d'avoir traduit par un "oui", l'inscription sur le bouton déclenchant l'explosion nucléaire qui devait être indiquée par un "non". Finalement, c'est au client de se préoccuper, en bon père de famille, de ne pas risquer - par manque de contrôles suffisants - des bavures catastrophiques. L'on ne peut pas prétendre que, pour le prix d'une paire de chaussettes (qualité-traduction), l'on puisse assurer une traduction totalement garantie contre des risques humains et économiques *hénaurmes* !
Les mêmes considérations peuvent être avancées pour une édition tirée à un million d'exemplaires par rapport à quelques unités à distribution confidentielle. La traduction ou l'adaptation destinée aux grands tirages doit évidemment être soumise à des validations sans faille que le donneur d'ordre doit commander expressément avec la clause zéro défaut, au prix congru. Par ailleurs, c'est toujours le signataire du "bon à tirer" qui est le responsable légal de l'édition qui s'ensuit.
C'est pour cette raison qu'outre le contrat "qualité-éditing", on peut conclure des contrats de fourniture multilingue "clés en main", dans le cadre desquels le bureau de traduction assume la totale responsabilité de l'édition zéro défaut (imprimée ou audiovisuelle).

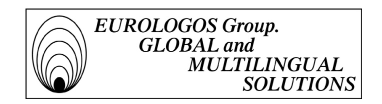
4.5.3 Le nombre de toques du traiteur choisi

Mais, surtout, le client insatisfait doit vérifier - le moment est adéquat - le niveau de ses besoins en services linguistiques par rapport à la qualité et aux quantités. S'il découvre - même tardivement - que la taille et le nombre de toques du traiteur choisi ne sont pas à la hauteur du fournisseur-partenaire dont il rêvait, qu'il n'hésite pas à chercher ailleurs son âme jumelle sur le marché. En clôturant très rapidement la mauvaise relation entamée, par le très classique et seigneurial "garçon, l'addition !".
Le marché des services linguistiques est lui aussi soumis aux lois qui gouvernent tous les autres marchés : offre de services supérieure à la demande, segmentations non dépourvues de confusion quant aux rapports qualité/prix, manque de professionnalisme et entreprises en détresse par absence de personnel trop coûteux.
Faute d'autres méthodes, une expérience négative peut amener le client à se faire une idée plus précise du marché de la traduction. Dénicher un bon traducteur indépendant (tout en sachant qu'il est isolé) ou un grand bureau multiservices et réellement international (la visite sur place pour en connaître les structures, les traducteurs et les réviseurs internes demeure toujours de rigueur) n'est pas une tâche banale.
Le client sera sorti de cette phase de sélection lorsqu'il n'aura plus à "contester" une traduction, mais - même mécontent ou dubitatif - il pourra compter sur son fournisseur pour parfaire et compléter son produit (les textes plurilingues) jusqu'au niveau qualitatif requis et réellement contractualisé. Celui fondé sur une dialogicité productive et permanente.



Cinquième partie

Du multilinguisme au prépresse et à l'éditing



5.1 Le prépresse et l'éditing multilingue : l'ère des entreprises multinationales de services linguistiques

Où l'on parle du temps des interfaces et du passage à la compatibilité informatique. Et où l'on trace le parcours des départements Desktop Publishing des grands bureaux de traduction vers leur transformation en entreprises internationales de prépresse et d'éditing.

5.1.1 Le temps de l'incompatibilité

Parler d'éditing - on y a déjà fait allusion - c'est parler non seulement de production d'imprimés, mais également d'audiovisuel : de doublages multilingues de films publicitaires et commerciaux ; de dessins animés adaptés en différentes langues. Bref, de la production d'adaptations et de castings linguistiques, qu'il s'agisse de voix off (hors champ) ou de lipping (doublage labial). Nous reviendrons sur ces aspects d'éditing. Dans ces chapitres, nous traitons des activités finalisées à l'impression de documents.
Vers le milieu des années 80, les meilleurs bureaux de traduction ont commencé à s'équiper pour faire face à une demande croissante de services intégrés de traduction et de mise en pages. Les clients, surtout les grandes entreprises, commençaient à apprécier que leur documentation multilingue puisse être éditée dans des présentations sinon sophistiquées, du moins ordonnées. Et avec des polices de caractères bien proportionnées et graphiquement attrayantes. C'était le temps où les systèmes informatiques de traitement de texte n'étaient pas compatibles entre eux.

Seuls quelques bureaux de traduction ont pu s'équiper de très coûteux convertisseurs universaux pour permettre d'interfacer - c'était le verbe informatique le plus utilisé de l'époque - les textes d'un système à l'autre. Le Postscript, le standard graphique de référence actuellement utilisé au niveau international, n'était pas encore connu. Mais, même avec les lecteurs universaux de disquettes - souvent en huit pouces ! - on rencontrait beaucoup de problèmes de transcodage. Donc, pendant quatre ou cinq ans, ces grands bureaux de traduction ont dû s'équiper directement de photocomposeuses et de flasheuses de la troisième génération encore plus coûteuses - le triple ou le quadruple - que les transcodeuses.
Désormais, le pas vers le prépresse professionnel était franchi.

5.1.2 Le prépresse comme première activité complémentaire de la traduction

L'importance des investissements réalisés en équipement de prépresse demandait de ne plus limiter le savoir-faire à la simple mise en pages typographique, déjà assurée par les traitements de texte des traducteurs. Il fallait créer de véritables départements de photocomposition et de mise au net tout à fait comparables à ceux des studios graphiques et des imprimeurs. Certains bureaux de traduction (encore plus rares) ont même accouché d'une entreprise autonome, filiale de prépresse, afin de se positionner sur le marché dans le même créneau que les sociétés de photocomposition ou des imprimeries à service complet.
Si à leurs débuts, donc, ces entreprises n'avaient comme clients que ceux du bureau de traduction, elles ont par la suite commencé à procurer régulièrement à leur maison mère des clients demandant de la traduction.
Un nouveau type de service complet venait de naître : l'éditing multilingue.

Vers 1986-87, l'éditing multilingue est devenu ainsi la synthèse professionnelle entre deux savoir-faire assez distincts et spécifiques : la traduction et la typographie.
De leur union, outre un nouveau fils, est née une nouvelle vision de la traduction et de la



typographie. Il suffit de penser, par exemple, au fait que jusqu'au début des années 80, les traducteurs rédigeaient encore leurs textes à la main (ou les dictaient). Des dactylos tapaient les manuscrits à la machine électrique, le top niveau high-tech de l'époque étant encore les boules ou les marguerites à quelques polices de caractères différentes.

5.1.3 Le rapprochement entre traducteurs et (info)graphistes

A leur tour, les graphistes et les typographes sont devenus des infographistes ayant abandonné définitivement les ciseaux et la colle de l'ancienne mise au net. La nouvelle mise en pages, par contre, pouvait se réaliser intégralement à l'écran qui, entre-temps, se munissait du visual preview, c'est-à-dire du dispositif de visualisation immédiate des textes en dimension réelle.
Mais, surtout, les infographistes se sont un peu rapprochés des rédacteurs et des traducteurs. Quand ils n'étaient pas approchés avec insistance par ces derniers. En effet, après s'être aperçus que le métier d'infographiste ne s'improvise pas, certains traducteurs ont intensifié leur fréquentation des problèmes propres à la production d'imprimés. Au point que même leur production en a été influencée.

Par exemple, le fait de taper directement sur programme de traitement de texte n'a pas seulement transformé ergonomiquement leurs conditions de travail (fini les lentes plumes à stylo ou l'approximation des mini-enregistreurs), il a également influencé positivement le niveau de qualité des textes. En effet, la facilité de pouvoir corriger, même radicalement, à l'écran les textes traduits et de pouvoir les rééditer rapidement, a réduit considérablement l'autocensure que les traducteurs s'imposaient, plus ou moins inconsciemment, lorsqu'il s'agissait de tout retaper à la machine à écrire.

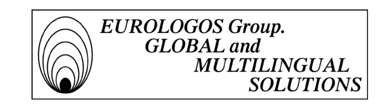
Puis, vers la fin des années 80, survint la parfaite compatibilité et les fiançailles entre traduction et prépresse se transformèrent en véritable mariage. De surcroît, la corbeille des époux a pu être remplie des premiers scanners pour l'intégration des images. D'abord, en noir et blanc et puis - vers 1989-90 - en couleurs.
Les structures intégrées d'éditing multilingue commençaient ainsi à revendiquer le leadership de l'énorme production de manuels techniques et de dépliants illustrés quadri, en qualité Desktop Publishing[77].

5.2 L'entreprise d'éditing multilingue et multimédia d'aujourd'hui

Où l'on présente la physionomie des nouvelles entreprises qui, de nos jours, réussissent à faire face aux exigences du multilinguisme de très haute qualité. Et où l'on décrit la polyvalence de ces sociétés face aux besoins de la production multimédia propres à l'éditing contemporain.

5.2.1 Le studio graphique à service complet

Dès les années 70-80, on parlait de hot-shops, de studios graphiques à haut niveau créatif. Ils se positionnaient à mi-chemin entre les agences de publicité et les studios de simple mise au net. C'était le temps de la colle et des ciseaux. Les flasheuses sortaient les bromures photocomposés que les graphistes collaient sur les illustrations au trait pour finaliser les montages et réaliser les films.
Avec l'arrivée du Macintosh, du Postscript et des innombrables programmes graphiques comme XPress, PageMaker, Photoshop, FreeHand et Illustrator, les hot-hops se sont informatisés et tout



le travail de mise en pages est désormais réalisé directement à l'écran.
Ainsi, après s'être équipés de stations et de chaînes graphiques informatisées et performantes, certains studios graphiques ont également voulu intégrer la fonction multilingue.

Mais, on l'a vu, ne peut être réellement multilingue qui veut.
Seuls les grands bureaux de traduction, ceux qui disposent vraiment de nombreux traducteurs intra muros, peuvent légitimement revendiquer le multilinguisme de l'éditing.
Ainsi sont nés les studios graphiques, eux aussi boîtes aux lettres pour ce qui concerne les fonctions linguistiques. A l'instar des bureaux de traduction homologues, le donneur d'ordre aura donc intérêt, en rendant visite à ces studios graphiques "multilingues", à vérifier la réelle disponibilité sur place de rédacteurs-traducteurs ne travaillant que vers leur langue maternelle.

5.2.2 L'éditing des bureaux multilingues ou le multilinguisme des studios graphiques ?

Deux cas de figure peuvent donc se présenter pour les entreprises positionnées dans le créneau de l'éditing multilingue. Tout d'abord, le cas des grands bureaux de traduction - dotés naturellement de nombreux traducteurs internes et de langue maternelle - qui sont à même de créer d'importants départements ou des filiales de prépresse intégrant un savoir-faire infographique de pointe. C'est rare mais cela existe déjà depuis une quinzaine d'années environ.

Ensuite, on retrouve les quelques studios graphiques qui, ayant flairé le nouveau créneau, n'hésitent pas à proposer des services multilingues dont ils ne soupçonnent même pas la complexité et les coûts d'investissements.
Après tout, il est plus facile - si l'on ose dire - d'acheter des chaînes graphiques suréquipées et d'embaucher de bons graphistes (et qu'importe s'ils sont unilingues), que de se doter de plusieurs équipes de traducteurs-réviseurs, travaillant tous exclusivement vers leur langue maternelle.

Il s'est en effet avéré que la culture d'entreprise propre aux véritables bureaux de traduction, par sa nature vaste, généraliste et polyglotte (multiculturelle), est apte à intégrer un savoir-faire professionnel même pointu, comme celui, de l'infographisme et du prépresse. Naturellement nous n'osons pas pour autant nier la possibilité que de bons graphistes très cultivés (pourquoi en exclure l'existence ?) puissent, dans le futur, créer une bonne entreprise d'éditing multilingue à service complet et réellement intégré.

5.2.3 Doublage audio et localisation

L'éditing multilingue devient de plus en plus multimédia. Le mot imprimé en demeurera toujours la cheville ouvrière, mais les supports et les modes de communication se multiplient.
A côté des livres parlants (par exemple, ceux conçus pour les enfants et dotés sur chaque page d'un mini-disque sur lequel on aura enregistré le récit et les dialogues imprimés)[78], on assiste au déferlement des cassettes audiovisuelles, des mini-disques, des CD, des CD-photo numérique et, bientôt, de toute la panoplie de supports de la télévision haute définition.

Tout message, toute information ou toute fiction que ces supports véhiculent est susceptible d'être traduit et doublé. Même aux Etats-Unis où le doublage commence aussi à être demandé pour des films destinés à des minorités culturelles (surtout l'espagnol)[79].



A l'instar de la centralisation du printing multilingue, l'éditing audiovisuel dans les différentes langues se réalise de plus en plus en centralisant aussi bien les adaptations des textes que l'enregistrement des doublages. Les économies de traduction, d'enregistrement et de gestion sont considérables.

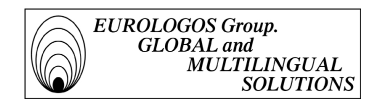
Sans parler des économies de temps qui, même et surtout en éditing audiovisuel, sont fondamentales. La rentabilisation des produits multilingues audiovisuels est toujours fonction de la rapidité de distribution[80].

Le développement du multimédia est tel que, désormais, l'on prévoit d'amortir largement les frais de production - par exemple de films - par la vente des supports dupliqués (cassettes, vidéo, CD et autres gadgets ou objets de référence).
Et puis, la centralisation de l'éditing pour l'audiovisuel, c'est le principal moyen d'échapper à la dictature, souvent archaïque, que certains distributeurs locaux et nationaux pourraient être tentés d'imposer. En effet, il ne faut pas faire d'amalgame entre la légitimité des identités culturelles des différents pays (en l'occurrence, européens) et la nécessité de réduire les coûts de production.

Les produits culturels ne pourront qu'en bénéficier : ils seront ainsi plus compétitifs et payés moins cher par les consommateurs !
Un nouveau marché s'est développé dans les dernières années : celui de la traduction et de la localisation. Le terme "localisation" est utilisé dans l'acception de néologisme du mot "localization" (provenance américaine) indiquant l'ensemble des opérations de traduction et d'installation des logiciels dans les différentes langues et pour les différents marchés cibles de ces logiciels. A côté des traducteurs et des terminologues, les ingénieurs informatiques entrent en jeu en s'intégrant dans les équipes de travail avec des rôles centraux.

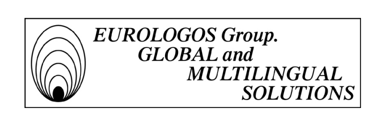
5.2.4 Le high-tech des installations et le traditionnel classique des linguistes

Les procédures de fabrication, elles aussi, changent. Après la centralisation des traductions et des adaptations, l'on centralise les localisations, les doublages, la postproduction et les duplications. Deux facteurs rendent possible cette centralisation.
Primo, les grandes métropoles européennes sont devenues très pluriculturelles et multilingues. Certaines d'entre elles ont une vocation particulièrement polyglotte et offrent un très haut niveau de vie. Ainsi, copywriters, traducteurs, interprètes, speakers, comédiens et créateurs, ne travaillant que dans leur langue maternelle, sont largement disponibles pour éviter de tout déléguer aux différentes (re)productions nationales. Les économies d'argent et de temps, on l'a vu, sont décisives. Tout en assurant, bien entendu, des niveaux de qualité linguistique et culturelle que l'on ne pouvait espérer garantir que dans les pays de distribution. Là où, traditionnellement, l'on peut toujours trouver des linguistes et des interprètes de qualité.
Le deuxième facteur permettant la centralisation de la totalité du processus de production multimédia est constitué par le très haut niveau technologique atteint par les machines traitant les textes, les images et les sons. Et, surtout, par leur prix relativement accessible. Avec moins d'un demi-million de dollars (ou d'euros), on peut disposer d'un équipement technique - minimal mais complet - pour la localisation des logiciels, pour la production et la postproduction d'éditing multilingues et multimédia de haute qualité. Logistique, impression et duplication exclues, naturellement. Mais surtout, la synergie des organisations et des infrastructures dont disposent les grandes entreprises internationales de traduction et d'éditing est en train de transformer radicalement ce marché.



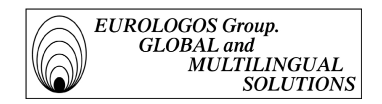
5.2.5 L’ère du multimédia plurilingue à marchés intégrés et polyglottes

Les performances exceptionnelles et à prix relativement économiques sont ainsi en train de produire, dans le domaine des localisations, des doublages, un transfert assez analogue à celui que l’on a vécu à la fin des années 80 dans le domaine du prépresse. Les imprimeries avaient alors vu une partie de leurs commandes s’envoler vers les nouveaux studios infographiques de prépresse, qui avaient pu s’équiper de matériel de pointe à des prix, désormais, non prohibitifs.
De même, il n’est plus nécessaire, aujourd’hui, d’aller à Boulogne ou à Cinecittà pour doubler un dessin animé en français ou en italien.
C’est même plutôt ailleurs que l’on peut trouver des installations high-tech, on ne peut plus performantes et rapides. Des nouvelles sociétés d’éditing multilingue peuvent désormais intégrer - après la fonction prépresse - celle de la localisation de l’audio et de la vidéo.
A côté des imageuses universelles, des configurations pour composition et mise en pages plurilingues, à côté des scanners à tambour à haute résolution pour la saisie et le traitement des images en couleurs, on peut voir installées des architectures intégrant directement le son et l'image. La console à 99 pistes à contrôle numérique n'est pas installée loin du banc de montage vidéo et des scanners à plat. Ceux-ci, reliés aux lecteurs CD-ROM, Photo CD et - par le biais de serveurs - aux insoleuses, sont à même de traiter la clarté et les valeurs de densité (luminance, saturation et teinte) des illustrations, en un tour de main devenu désormais numérique. Entre-temps, de nouveaux logiciels permettent directement de réaliser – sur code HTML – les Web sites à installer sur Internet.
L’ère de l’ingénierie linguistique, des scan-studios et du multimédia est déjà là.
Elle annonce, sur le plan technologique et linguistique, la plus grande révolution de toute l’histoire de l’humanité : l’ère des marchés intégrés, du pluriculturel, du multilinguisme, des entreprises internationales de services linguistiques et de publishing multimédia.
L’après Babel.



Sixième partie

Des services d'interprétation au service congrès



6.1 L'interprétation : lorsque la traduction devient orale

Où l'on définit l'interprétation par rapport à la traduction et où l'on esquisse le profil psycho-culturel de l'interprète professionnel.

6.1.1 Les huit types d'interprétation

La qualité et l'économie des prestations linguistiques dépendent toujours de la précision avec laquelle on les définit à l'avance.
Après avoir délimité les activités de traduction, d'adaptation et d'éditing, voici donc la définition même de l'interprétation.
Dans la terminologie internationale des professions centrées sur les services linguistiques, on a appelé interprétation toute traduction orale d'une langue vers une autre s'adressant à des auditeurs.
La traduction, par contre, est toute version vers une autre langue, mais réalisée par écrit. Les caractéristiques linguistiques de ces deux modes de transposition d'une langue vers une autre, sont assez différentes.
Elles relèvent aussi bien de la technique objective de version que des aptitudes et attitudes subjectives qui, par ailleurs, ont été à la base du choix professionnel de chaque spécialiste polyglotte (très rares sont en effet les personnes pouvant aussi bien traduire qu'interpréter).
Après avoir défini le mot interprétation, il faut en déterminer les modes. On dénombre en effet pas moins de huit types d'interprétations :

- simultanée
- en chuchotage
- consécutive
- de liaison
- la traduction à vue
- en télé-conférence
- mixte
- jurée

Nous présentons les éléments spécifiques les plus marquants de ces différents services et proposons de les résumer dans une check-list finale.
Il n'est cependant pas inopportun, de rapporter ici ce que Jean Herbert de l'Ecole d'Interprètes de l'Université de Genève disait déjà en 1952 :
"Le but fondamental de l'interprétation est de permettre à l'assistance à laquelle on s'adresse de comprendre, avec exactitude, la pensée que l'orateur a voulu exprimer, y compris le fait de reproduire sur elle la même impression que l'orateur voulait provoquer".
Finalement, donc, la fonction traductive de l'interprétation ne diffère pas - tout au moins dans sa finalisation - de celle de la traduction écrite.

6.1.2 Qui peut interpréter quoi ? L'interprète de conférence

Les interprètes sont généralement titulaires d'un diplôme universitaire et, notamment, issus d'une école pour traducteurs et interprètes de conférence. A l'instar de leurs collègues traducteurs, tous bénéficient d'une importante expérience internationale et d'une préparation culturelle souvent supérieure à l'actuel standard du niveau universitaire européen.
Comme les traducteurs, ils ont dû s'immerger d'une manière très vivante dans au moins deux

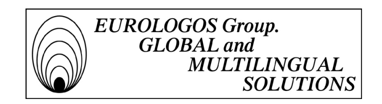
autres cultures, outre celle de leur langue maternelle, la langue étant toujours la synthèse de l'histoire et de la civilisation d'un pays. Et il n'est pas inhabituel qu'ils maîtrisent même les archaïsmes et les argots des langues acquises. Les interprètes professionnels connaissent ainsi de manière approfondie au moins trois langues et ils les parlent couramment depuis plusieurs années.
De plus, n'est pas interprète qui veut.
Une capacité naturelle d'élocution et une vivacité d'esprit particulière caractérisent ceux qui choisissent cette formation et cette profession[81].
En outre, ces aptitudes ont été affinées et alimentées, au fil des années, par l'élargissement des horizons culturels, l'acquisition de l'art de l'éloquence et la formidable gymnastique mentale de la mémorisation immédiate et de la décodification "automatique" dans les registres des différentes langues pratiquées oralement[82].
D'un point de vue déontologique, les interprètes se tiennent, comme leurs confrères traducteurs, non seulement au secret professionnel, mais ils sont habitués à ne même pas donner l'impression de "savoir" : une attitude qu'on acquiert avec l'hygiène mentale de la réserve morale personnelle sur tous les sujets interprétés et à interpréter.
Toutes ces qualifications sont à la base de la définition de l'"interprète de conférence" qui est devenu le titre du diplôme délivré par les grands instituts européens d'interprétation.

6.2 Les différents services d'interprétation

Où l'on décrit les huit types d'interprétation et les circonstances techniques dans lesquelles on doit y faire appel.

6.2.1 L'interprétation simultanée et en chuchotage

Comme son nom l'indique, l'interprétation simultanée se déroule en même temps que le discours de l'orateur, avec un décalage d'une phrase ou d'une demi-phrase, suivant les habitudes et les combinaisons linguistiques de l'interprète[83].
Les participants reçoivent ainsi dans leurs différentes langues les interprétations de l'intervention du conférencier moyennant des écouteurs personnels syntonisés sur le canal d'écoute qu'ils ont choisi.
Dans chaque cabine d'interprétation, deux interprètes de conférence assurent à tour de rôle l'interprétation simultanée vers une langue (la leur) en la transmettant - moyennant un micro relié à un émetteur à infrarouge (ou câblé) - aux récepteurs de l'assistance.
Il faut prévoir autant de cabines que de langues interprétées.
Le deuxième interprète assure le relais de son coéquipier toutes les 20-30 minutes, mais il peut également interpréter les interventions de coupures ou de débat.
L'interprétation en chuchotage ne diffère que légèrement de la simultanée : au lieu de parler dans le micro à partir de la cabine, l'interprète chuchote sa traduction à l'oreille d'une personne ou à un tout petit groupe de personnes regroupées à l'écart.
Il va de soi que la qualité et le caractère totalement exhaustif de ces modes d'interprétation relèvent - comme dans la traduction écrite - de la précision et de la bonne structuration rhétorique et stylistique de l'intervention de l'orateur.
Cependant, l'interprète s'efforcera dans sa traduction, moyennant des inflexions de la voix, des



variations de rythme dans l'élocution et de véritables mini-restaurations syntaxiques, de rendre intelligible le discours interprété, malgré les défauts lexicaux et morphologiques de l'original[84].

6.2.2 L'interprétation consécutive

L'interprétation consécutive permet la transposition d'un discours dans une autre langue juste après que celui-ci est terminé. Tandis que la simultanée s'effectue pendant et dans la même durée que les discours originaux, l'interprétation consécutive demande un temps de réalisation supplémentaire qui peut aller d'un dixième à trois quarts, dans le cas de la consécutive dite intégrale.

Pendant que l'orateur prononce son discours, l'interprète de conférence prend des notes et structure rapidement son interprétation en l'abrégeant opportunément suivant le rapport de réduction - normalement entre 1/5 et 1/2 - qu'il aura éventuellement défini au préalable avec le président de séance.

D'habitude, lorsqu'il y a plus de deux langues de travail, il faut prévoir une installation pour l'interprétation soit en simultanée soit en consécutive. Dans ce dernier cas, une langue sera interprétée dans la salle même et les autres à partir des cabines.

Bien qu'il soit notoire que l'interprétation consécutive reproduise le discours original avec une clarté non rarement supérieure (l'interprète élimine les hésitations, les phrases de remplissage et les redites non intentionnelles tout en abrégeant normalement les formules de politesse), l'orateur qui s'adresse à une assistance pour laquelle une interprétation est demandée, devra veiller à structurer le plus clairement possible son intervention : la qualité du discours interprété, indépendamment de la justesse sémantique, lexicale et émotionnelle de l'interprétation, ne pourra qu'en bénéficier.

6.2.3 L'interprétation de liaison et la traduction à vue

Lorsqu'il faut assurer l'interprétation d'une petite réunion (jusqu'à une vingtaine de personnes), d'une visite guidée en atelier ou d'une rencontre plus restreinte et, lorsqu'il n'y a pas plus de deux langues à interpréter - généralement une seule - on peut faire appel à un ou deux interprètes de liaison.

Dans ce cas, l'interprète traduit aussi bien vers une langue que vers l'autre en participant directement à la rencontre, pour bien en assurer le déroulement, en contact étroit avec le responsable de séance. Normalement le service d'interprétation continue même pendant la réception ou le déjeuner.

Il s'avère bien souvent nécessaire, dans ce type de réunion, de procéder sur-le-champ à la traduction orale d'un document. L'interprète fera ainsi rapidement ce qu'on appelle la traduction à vue en "lisant" directement dans la langue-cible. Pour des textes de plus de 1000 mots (± 100 lignes), une pré-traduction peut devenir nécessaire.

Remarquons que l'interprète de liaison occupe une position centrale et fort importante dans la rencontre, puisqu'il doit "couvrir" avec sa traduction aussi bien l'interprétation vers une langue que vers l'autre. Il devient, dans ce cas, le véritable bras droit du Président de séance et participe, le cas échéant, à la rédaction du procès-verbal de la réunion.

Notons cependant que pour cette tâche et - surtout - pour les traductions écrites, l'intervention des rédacteurs-traducteurs est souvent indispensable. En effet, la langue écrite exige toujours une perfection formelle et une univocité définitive propres à l'écriture (scripta manent !). Tandis qu'il est demandé à l'interprète de mémoriser instantanément et de restituer rapidement le sens du discours - il communique oralement - son collègue traducteur ne communique qu'avec l'écriture.

Malgré leurs affinités formelles et apparentes, on pourrait donc dire que le premier doit avoir les



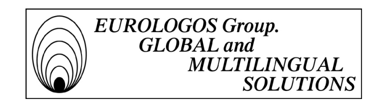
réflexes et l'efficacité d'un joueur de squash, alors que le second doit travailler avec la "définitivité" et l'élégance d'un luthier disposant bien de son temps (équivalent à celui nécessaire pour l'interprétation multiplié... par 20 ou 30 !)[85].

6.2.4 L'interprétation en téléconférence

L'interprétation en téléconférence, encore rare, peut se réaliser aussi bien par transmission télévisée que par téléphone tout simplement.
Dans le premier cas, elle peut s'effectuer en consécutive en faisant participer l'interprète ou les interprètes à une des réunions télévisées. Si on dispose d'un équipement câblé ou à infrarouge, on peut même fournir à l'assistance une ou plusieurs interprétations simultanées.
Il est en tout cas préférable que l'interprète - comme dans l'interprétation simultanée et consécutive - puisse toujours bien voir l'orateur en face.
Dans le système de reprises télévisées en multiplex ou à partir des cabines pour la simultanée, il doit pouvoir bénéficier d'une bonne position d'observation. Le développement des communications via RNIS avec des ordinateurs multimédias munis de caméras rend aujourd'hui la téléconférence très simple et économique.
Moins rarement utilisée, l'interprétation par téléphone s'organise en prenant contact avec Télécom (Belgacom ou autre) qui met rapidement en communication les trois (ou plus) postes téléphoniques, y compris celui de l'interprète à partir duquel il assure la traduction dans les deux sens.
Dans ce cas, le spécialiste ne fait que décrocher le combiné et interpréter en liaison l'entretien des interlocuteurs, à tour de rôle.
Le problème de la conversation téléphonique - même impromptue - avec un interlocuteur d'une autre langue, est ainsi résolu d'une façon extrêmement simple, rapide et économique.

6.2.5 Le service d'interprétation jurée et mixte

Nous avons déjà parlé de l'interprétation jurée au chapitre 2.3.4 concernant la traduction assermentée. Il suffit ici de rappeler que l'interprétation jurée ne diffère de la traduction jurée que par son caractère oral. Les interprètes jurés étant assermentés près les tribunaux au même titre que les traducteurs jurés.
Quant à l'interprétation mixte, lors de congrès, il s'avère fort souvent nécessaire de combiner différents modes d'interprétation. On pourra donc avoir les discours interprétés en simultanée ou en chuchotage, les interventions plutôt en consécutive, les débats des commissions en liaison et les motions en traduction à vue.
Et il n'est pas rare qu'on soit contraint de devoir changer, à la dernière minute et au milieu de la conférence, la structure des modes d'interprétation et l'affectation des interprètes.
A la demande du responsable de séance, le coordinateur présent sur place, intervient auprès des interprètes en réorganisant sur-le-champ les services par rapport aux nouvelles exigences. De l'entente entre le responsable de conférence et le coordinateur des interprètes dépend la parfaite réussite organisationnelle de la conférence.
Cette collaboration devra, en tout cas, commencer bien avant le jour "J" de la conférence. Les interprètes devront notamment disposer d'une documentation exhaustive afin de pouvoir se préparer convenablement, aussi bien d'un point de vue terminologique que thématique.



6.3 Les équipements audiovisuels et la collaboration avec le président de séance

Où l'on décrit les installations techniques et l'organisation des diverses fonctions propres aux différents acteurs d'une réunion multilingue. Et où l'on parle du rôle de bouc émissaire volontaire de l'interprète.

6.3.1 Des cabines insonorisées aux récepteurs individuels

Lorsque la salle de conférence n'est pas déjà équipée d'un système électrique d'interprétation en simultanée avec cabines, micros, amplificateurs, enregistreurs et récepteurs individuels, il est possible d'obtenir en location un équipement complet, y compris l'installation à infrarouge, désormais considérée comme le système le plus fonctionnel. Il offre des garanties de discrétion assez satisfaisantes, même du point de vue de la sécurité.
Fini les câblages aussi encombrants qu'onéreux.
Pendant la durée de la location du matériel, la présence d'un technicien du son est toujours garantie. Il surveille et assure le fonctionnement parfait de toute l'installation, et notamment :

- des cabines insonorisées
- des récepteurs individuels
- des micros des conférenciers et de la présidence
- du système complet d'émission, d'amplification et d'enregistrement
- des micros baladeurs.

Il est également possible d'obtenir en location un équipement audiovisuel complet généralement composé de :

- projecteur(s) de diapositives avec écran(s)
- appareil de rétroprojection par transparents avec écran
- reprise télévisée en circuit fermé avec poste(s) télévision
- grand écran télévision
- enregistrement sur vidéocassettes.

Et bien sûr, il est presque toujours nécessaire de s'occuper de la couverture de la reprise photographique avec un service complet.
Il faut toujours songer à animer convenablement la communication pendant les séances et à laisser des traces importantes de la manifestation - enregistrement audiovisuel et photos - pour bien les exploiter plus tard, lorsque la conférence sera terminée.

6.3.2 La coordination des interprètes et le jeu des rôles

Après avoir organisé la manifestation avec le responsable de la conférence - souvent bien des semaines, voire des mois, à l'avance - le coordinateur, juste avant le début du congrès, entame sa collaboration étroite avec le président de séance. Il reste au moins trois types de problèmes à résoudre, rien que pendant les services d'interprétation.
Premièrement, il est nécessaire de se mettre d'accord sur les modalités discrètes suivant lesquelles les interprètes doivent se comporter par rapport à des erreurs flagrantes, aux lapsus des orateurs ou lorsqu'un passage obscur ne peut être convenablement interprété (normalement le président, sollicité, intervient - en choisissant la forme et le moment - pour demander à l'orateur d'éclaircir les points en question).
Deuxièmement, il faut déterminer à l'avance - par rapport au temps disponible et à l'importance du discours - le rapport de réduction dans l'interprétation consécutive (1/10 - 3/4).
Troisièmement, il faut s'assurer que l'interprète - surtout en consécutive - soit toujours



disponible pour assumer, le cas échéant, une fonction de bouc émissaire par rapport au déroulement de la conférence et, en même temps, de bras droit du président.

6.3.3 Le coup de la “mauvaise interprétation”

Cela arrive régulièrement et les exemples sont nombreux. Ils peuvent aller de l’impassibilité avec laquelle l’interprète essuie une critique injuste d’un congressiste (souvent important) ne connaissant pas bien la langue d’interprétation et ayant estimé ne pas avoir été bien traduit, jusqu’à l’acceptation de l’accusation également infondée d’avoir mal traduit un passage sur lequel l’orateur a entre temps opportunément changé son opinion, sur la base de... la réaction de l’assistance.

A l’instar des traducteurs, les interprètes sont exposés au risque d’être accusés injustement. A défaut de pouvoir compter sur la preuve des textes écrits (verba volant !), ils sont généralement soutenus par le témoignage direct de l’assistance.

En tout cas, l’interprète bénéficie toujours de l’indulgence et même de l’admiration des participants qui, fort souvent, ne sont pas dupes et connaissent bien le vieux coup de la “mauvaise interprétation” !

De plus, l’interprète - en utilisant sa position de technicien tout à fait fonctionnel - permet souvent le rétablissement de l’ordre dans l’assemblée qui aurait progressivement viré à la confusion, voire au chaos.

Contrairement au président, il détient l’arme absolue pour arrêter les interventions chahutées sans suspendre la séance : il lui suffit de rappeler que sans le calme et la clarté, il ne peut pas... interpréter.

Comme on l’a vu pour les traducteurs, les interprètes aussi ont bon dos.

6.4 Le service congrès et l’image de marque

Où l’on parle de la visibilité à risque de l’événement-conférence et de la manière d’éviter des contre-performances marketing.

6.4.1 Le risque de la contre-performance avant, pendant et après

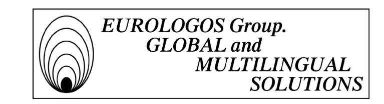
En organisant une conférence, un séminaire, un congrès, l’image de marque de l’entreprise ou de l’organisme est en jeu. Il est impératif qu’il puisse sortir grandi de l’événement, tant dans son prestige que dans sa force d’impact.

Le privilège de bénéficier d’une concentration exceptionnelle d’attention de la part de l’assistance, de la presse, des médias audiovisuels, des opinion makers, des pouvoirs publics, des dealers, des prospects/clients, du grand public et... des concurrents, peut se transformer facilement en contre-performance, ô combien douloureuse !

En effet, tous les avantages de passer “en vedette” risquent de s’annuler avec les problèmes typiques du passage “en direct”. Et c’est précisément alors que les détails ont la même importance que les éléments “essentiels”.

La rentabilisation de l’investissement exige ainsi que toute l’organisation - avant, pendant et après - puisse résister brillamment à ce qu’on appelle “l’action d’archicritique tous azimuts” que l’environnement exerce toujours sur toutes les manifestations qui s’imposent sur le “marché” de la communication.

Conjointement avec le Département traduction et copywriting, le Service interprétation doit être à même d’assurer la parfaite organisation de tous les aspects d’un congrès ou d’une conférence



de presse : de la location des salles et la réservation des hôtels jusqu'à l'accueil et aux visites escortées; les communiqués de presse et l'édition des dossiers du congrès jusqu'aux traductions des interventions et aux comptes rendus des débats...
Dans la check-list du prochain chapitre, nous avons résumé presqu'une centaine de points-clés auxquels il faut pouvoir faire face.
Certes, l'interprétation constitue le service linguistique le plus important dans l'économie de la communication à l'intérieur d'une conférence mais il ne faut pas sous-évaluer l'aspect événementiel par rapport à la communication externe. Nous ne parlerons pas ici de cet aspect central. Il relève plutôt de la définition de l'axe stratégique de communication autour duquel le congrès doit tourner.

6.4.2 L'importance de la communication écrite dans une conférence

Le succès d'une manifestation internationale ne dépend pas seulement de la perfection des services d'interprétation. Il ne faut pas oublier qu'on organise un congrès, une conférence, un colloque ou un séminaire pour qu'ils puissent rayonner "surtout" avant et après la brève période de leur déroulement.
En effet, un congrès doit être conçu dans une perspective de continuité dont il ne constitue qu'un moment, même s'il est capital.
L'avant et l'après conférence revêtent ainsi une importance stratégique et qualifient la finalisation ainsi que la portée des services à organiser. Nous en donnons un aperçu structuré et général dans la check-list, chaque conférence - par sa taille, sa spécificité et sa fonction - possédant des caractéristiques tout à fait propres.

En stricte collaboration avec le Service interprétation et le Studio de desktop publishing et éditing, il est fondamental de prendre en charge également toutes les tâches se rapportant à la communication écrite comme :

- la préparation et l'édition du dossier de presse multilingue
- la conception et la réalisation de la plaquette congrès
- la rédaction des communiqués de presse
- les traductions dans les différentes langues
- les procès-verbaux et leurs traductions
- les résumés et les comptes rendus des débats
- la préparation et l'édition des actes conclusifs.

La communication orale d'une conférence ne représente, en effet, que la partie visible de l'iceberg dont la communication écrite constitue l'assise indispensable.

6.5 Interpreting Services Check-List (Service Congrès clé en main)

Logistiques et Services

- Réservation hôtel
- Réservation des locaux
- Voyages et ramassage participants
- Aménagement des salles de congrès

- Eclairage et acoustique
- Température ambiante
- Services hygiéniques
- Buvette
- Secrétariat (direction, téléphone, GSM, Internet, fax, modem, photocopies)
- Accueil
- Coursier
- Boissons conférenciers et interprètes
- Service photographique
- Aménagement restaurant
- Programmes et horaires
- Visites escortées
- Sécurité

Interprétation et Traduction

- Coordination
- Interprétation simultanée
- Interprétation en chuchotage
- Interprétation consécutive
- Interprétation de liaison
- Interprétation en traduction à vue
- Interprétation en téléconférence
- Interprétation jurée
- Interprétation mixte
- Service hôtesses
- Rédaction procès-verbaux
- Service Traduction
- Service traitement de textes et desktop publishing-éditing

Langues

Exposés en :	à interpréter en :
• anglais	anglais
• français	français
• néerlandais	néerlandais
• allemand	allemand
• espagnol	espagnol
• italien	italien
• danois	danois
• suédois	suédois

• finnois	finnois
• portugais	portugais
• grec	grec
•	....

Installations

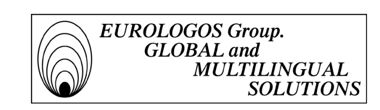
- cabines insonorisées (2 places)
- récepteurs individuels (6 canaux minimum)
- micros présidence et conférenciers
- micros baladeurs assistance
- système câblé (émetteur et amplification)
- enregistrement sonore des interventions et des interprétations
- équipement projection diapositives
- rétroprojection par transparents
- reprise télévisée en circuit fermé
- écran TV géant
- enregistrement sur vidéocassettes
- service photographique
- présence de techniciens
- Internet

Relations Publiques et Médias

- (presse - radio - télévision)
- signalisation, mise en scène, chorégraphie, affiches, calicots, drapeaux
- etc.
- dossier congrès (farde participants)
- pub de sponsorisation
- programme
- plaquette congrès
- dépliants touristiques
- recommandations (tickets, badges personnels, etc.)
- dossier presse
- mailing invitation leaders d'opinion
- conférence de presse
- communiqué de presse
- badges journalistes accrédités
- documentation produits
- documentation conférenciers
- publicité rédactionnelle



- écho de la presse et traductions de comptes rendus des séances pendant le congrès
- pige presse et photocopies coupures articles
- traductions des exposés et des débats (photocopies)
- résumés et comptes rendus pour presse et/ou participants
- traitement de textes et desktop publishing pour toute édition rapide
- dossier actes du congrès
- transcription des interventions
- correction et mise “en forme”
- photocomposition et layout (photos)
- impression
- communiqués de presse et interviews
- promo, distribution et vente dossier



Septième partie

La qualité-éditing multilingue et l'environnement économico-politique

Advertence

Cette septième partie, éminemment éthique et politique, a été re-publiée sans aucune mise à jour. Il est tout de même remarquable d'observer comme cette section (qui était, logiquement, la plus susceptible de devoir être re-actulisée) n'a pas eu besoin d'ajustements d'analyses ou d'évaluations. Malheureusement elles ont été toutes confirmées dans les événements des dernières années.



7.1 Qualité zéro défaut et crise économique

Où l'on recherche les implications essentielles entre la qualité et les disponibilités économiques qui permettent de la produire. Et où l'on suggère des lignes directrices pour naviguer à vue en pleine crise économique. Parler qualité sans parler argent est toujours vain.

7.1.1 Lorsque la cigale fait danser la fourmi

La crise mondiale que nous traversons en ce début des années 90 n'est pas conjoncturelle. Elle est stratégique. Elle durera tant que deux objectifs n'auront pas été atteints. Le premier consiste tout simplement à rembourser les dettes hyperboliques des Etats, surtout européens.
En Europe, elles sont de l'ordre de 50 à 100.000 euros par actif. C'est-à-dire qu'on a mis sur le dos de chaque personne qui travaille le remboursement d'une dette équivalant à la valeur d'un bel appartement ou d'une petite villa. Le résultat d'une vie de labeur !

Tant qu'il y aura des dettes à payer, on ne disposera pas d'assez d'argent pour relancer réellement les marchés internes et les nouveaux marchés limitrophes. Ceux, par exemple, de l'ex bloc soviétique et des pays arabes de la Méditerranée. Par ailleurs, ces investissements seraient judicieux, même d'un point de vue strictement politique ! Sans investissements, ils risquent de devenir fascistes ou intégristes. Qu'on se souvienne de l'efficacité du Plan Marshall après la deuxième guerre mondiale ![86] Sans des débouchés consistants dans ces marchés, nos pays européens ne peuvent que constater leur haut niveau de saturation interne sur le plan économique. Sans ces débouchés, les vingt millions de chômeurs (!) que compte l'Union européenne auront du mal à trouver un travail. Et ce ne seront pas les déclarations d'autosatisfecit des politiciens pour des petites "reprises économiques" qui pourront modifier substantiellement cette catastrophe.
Le deuxième objectif est la réduction drastique de l'interventionnisme des Etats dans la vie économique de nos sociétés civiles. La conséquence de ce choix serait doublement salutaire.

D'abord on éliminerait - vraiment ! - les déficits courants des budgets nationaux, y compris les faramineuses subventions toujours accordées aux canards aux activités industrielles boiteuses : ceux appartenant aux Etats; même en 1993, les déficits publics ont encore et scandaleusement continué à augmenter partout en Europe[87].
Ensuite, on pourrait ramener les Etats à leur fonction primaire et essentielle : garantir la démocratie en éliminant toutes les ingérences de l'Etat dans les activités qui relèvent en fait du privé et en éliminant les couches parasitaires - du moins les plus parasitaires - constituées et induites par la pléthore gigantesque de la particratie, du fonctionnariat de clientèle et de l'assistantialisme à gogo.

Cependant, que tous les privilégiés et assistés plus ou moins volontaires se rassurent. Ces deux objectifs sont loin d'être atteints et même loin d'être réellement visés.

C'est la raison pour laquelle notre crise – ou tout au moins celle qui est ainsi appelée – sera bien plus longue qu'on ne le dit. Les déclarations rassurantes et optimistes ont du mal à se faire entendre car il n'y a pas lieu de s'enthousiasmer pour de légers frémissements, anglo-saxons, des trends économiques.
Ceci étant, les actifs - désormais, sur dix citoyens, un tiers à peine produit de la vraie valeur

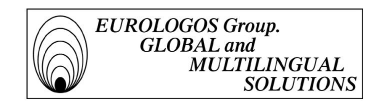
ajoutée ! - continuent de se battre pour réaliser le miracle de cette traversée économique, sinon désertique, du moins très ensablée.
Produire de la qualité et même du “zéro défaut” dans ces conditions relève d’une gageure que, silencieusement, les entreprises privées et les indépendants sont en train, malgré tout, de relever et, si possible, de gagner. A cet effort gigantesque participent aussi beaucoup d’employés et d’ouvriers dans le silence laborieux des petites entreprises...
De surcroît, celles-ci sont en difficulté pour une autre raison. En effet, mis à part les syndicats et leurs bruyants militants, tout le monde sait que les entreprises, surtout les petites qui en constituent la très grande majorité, sont généralement sous-capitalisées et appauvries.
Par ailleurs, le niveau d’imposition, pratiquement le double (!) de l’américain, est destiné encore à s’accroître malgré les promesses des politiciens : il faudra bien rembourser la dette cumulée en vingt années de cigales insouciantes, dépensières et superassistées.
Le temps des fourmis est bien là.

7.1.2 L’achat du “zéro défaut” de l’éditing multilingue

Tout au long de ce livre, nous avons vu comment atteindre le “zéro défaut” en éditing.
Nous avons identifié les trois niveaux de qualité fondamentaux qu’il est possible de produire à l’intérieur d’un processus d’éditing : la simple qualité-traduction pour la diffusion limitée, la qualité-adaptation et, finalement, la qualité-éditing, celle, précisément, du zéro défaut.
Nous avons vu la complexité des procédures, les pièges à éviter, les structures technologiques à utiliser et, surtout, les différents savoir-faire des hommes dont il faut disposer, ainsi que les cultures professionnelles qu’il faut rassembler : celle du copywriting, de la traduction-adaptation, du typographisme high-tech et de la maîtrise pratique du multimédia.
Ainsi, le produit éditing multilingue et “zéro défaut” est enfin là.
Mais encore faut-il qu’il soit bien reconnu parmi les autres. Et encore faut-il savoir l’acheter.
Mais il n’est nullement sûr que le client qui sait le faire convenablement, soit aussi dans la condition d’y parvenir concrètement.
Acheter est beaucoup plus difficile que vendre. Car c’est un acte qui pose le problème de savoir ce qu’on veut et, surtout, d’être à même d’en débourser le juste prix.
Mais comment s’y prendre lorsque la crise économique ronge les ressources, élève les tensions et déstabilise les programmes de production jusqu’au cœur de leur nature, la qualité ?
Dans ces tout derniers chapitres, nous essayons d’esquisser quelques possibles solutions.

7.1.3. La qualité-éditing comme nécessité économique

Prenons un cas de figure devenu déjà très classique. Les entreprises de produits industriels et même d’équipements ménagers ont une nécessité absolue de réduire les coûts des services après-vente qui n’en finissent pas de gonfler.
Les utilisateurs finaux se ruent vers le téléphone dès la première difficulté ou le premier pépin, appellent le service technique et lancent le fatidique “envoyez-moi quelqu’un car l’appareil que vous nous avez livré ne marche pas”. Le propos est parfois un peu plus nuancé, mais toujours péremptoire.
Trois fois sur dix, le technicien remédie à la “panne” en branchant la prise électrique ou en pressant le classique bouton de “marche-arrêt”. Quatre fois sur dix, il s’agit de réparer de petits dégâts provoqués par des fausses manœuvres assez banales et évitables. Et deux fois sur dix, le technicien se limite à signaler à son client que la panne qu’il vient de subir, ainsi que les moyens d’y faire face, sont décrits en détail à la page 36 du manuel d’entretien qui accompagne la machine !
En réalité, le manuel d’entretien est tellement mal écrit, sa mise en pages si morne et ses



illustrations si rares, que seul le numéro de téléphone du service après-vente s'avère être facilement accessible. De surcroît, le copywriting et les traductions sont si peu intelligibles qu'elles constituent une véritable incitation à demander l'intervention du technicien.
Lors de la conception-rédaction du manuel, des petits malins du service marketing avaient en effet décidé de réaliser des économies en matière d'éditing plurilingue. A présent, c'est le département assistance clientèle qui trinque. Sans parler de l'image de marque barbouillée par un gâchis de communication dans lequel la qualité technologique du produit n'y est pour rien.
Les bienfaits de la communication écrite n'apparaissent clairement que lorsqu'elle ne dispose pas d'une qualité suffisante.
Mais la tentation suicidaire, en période de crise, de faire des économies dans la communication est tellement forte, que même la certitude de futurs déboires n'arrive pas à dissuader les plus paniqués de s'adonner au jeu des coupes sombres.
Il faut bien du sang-froid et de la fermeté prévoyante pour demeurer lucide sur la nécessité stratégique de la qualité. Surtout en éditing.

7.2 Les professionnels de l'éditing multilingue au travail

Où l'on décrit l'attitude des professionnels des activités d'éditing multilingue face à la crise. Et où l'on constate les tendances contradictoires face à la production de richesse et à sa distribution, dans notre époque post-moderne et dans nos sociétés fortement étatisées.

7.2.1 Les délices de la paresse créative

Dans nos marchés devenus petits et saturés, la vente de voitures, par exemple, s'écroule. D'où des diminutions de l'horaire de travail.
En réalité, il ne s'agit que de licenciements déguisés et, pour les entreprises, il est même question de capitulations stratégiques.
En effet, il ne faut pas être grand économiste pour constater que si l'on n'achète pas de voitures, c'est qu'on ne peut pas se les payer en raison de leur coût élevé. Surtout dans les nouveaux marchés limitrophes qui constituent les débouchés naturels de nos pays d'Europe occidentale et qui sont en tragique pénurie de voitures.
De plus, la diminution du temps de travail n'arrange rien, non seulement du point de vue de la réelle occupation, mais en plus elle ne fait qu'augmenter les prix de revient de la production (moindre utilisation des équipements et de la main-d'œuvre, temps morts et autres délices d'amortissements prolongés).

Accrochés à leurs conceptions archaïques, les syndicats exigent la diminution de l'horaire de travail bien au-dessous des quarante heures depuis vingt-cinq ans.

Aujourd'hui, leurs sinistres revendications sont en passe d'aboutir. Mais sans salaire et par nécessité tragique[88].
En effet, depuis plus de vingt ans, ces syndicats - même les plus modérés - n'ont cessé d'arracher démagogiquement (avec la complicité coupable du grand patronat et des gouvernements aussi bien de droite que de gauche) des traitements directs et indirects bien supérieurs aux augmentations de productivité et de production que les entreprises européennes ont réussi à



atteindre. Les chiffres publiés à ce propos par l'U.E. elle-même sont épouvantables. Ce qu'on appelle la crise économique n'est pas une fatalité surnaturelle.

Entre-temps, tous les pays extra-européens et concurrents (!) travaillent jusqu'à un quart de plus par an. Que l'on pense au Japon, à la Corée, à Singapour. Sans parler de la Chine.
Souvenons-nous : à la fin des années 80, en pleine reprise économique, les Suisses laborieux, prudents et, par conséquent, riches ont refusé - par référendum s.v.p. ! - la proposition visant à réduire à 40 heures leur temps de travail. Et les Helvètes n'habitent pas en Extrême-Orient !

Que l'on se souvienne également de l'affreux et méprisant isolement dans lequel on avait laissé - vers la moitié des années 80 - le personnel et le P.D.G. de la firme Majorette en France. Celle des modèles réduits de voitures, qui avait décidé d'augmenter de 15 % du temps de travail avec blocage de salaire, pour permettre à l'entreprise de survivre et même de se développer.
Et bien que d'innombrables irresponsables sociaux continuent de nous rebattre les oreilles sur la "nécessité" de diminuer l'horaire de travail, tout le monde sait que les dirigeants, les cadres, les administrateurs de société, les associés actifs et la glorieuse armée des indépendants sont depuis toujours contraints de travailler (et continuent à travailler) plus de cinquante heures par semaine.
Sans oublier les ouvriers et les employés (et ils sont nombreux) qui, en dépit des horaires des fonctionnaires (plus près de trente que de quarante heures !), travaillent spontanément plus qu'ils n'y seraient obligés, parce qu'ils ont tout simplement conscience qu'autrement, on ne s'en sortirait pas.

Il ne faut pas avoir fréquenté des cours de gestion industrielle pour comprendre combien il faut travailler afin d'équilibrer les comptes d'une entreprise, surtout si c'est une PME. Si malgré la récession, on résiste tout de même sur le plan économique, c'est que tout ce beau monde - plus d'un tiers des actifs ! - assure bigrement.
Et les professionnels de l'éditing multilingue ?
Qu'ils soient installés à Paris, Milan, Bruxelles, Rotterdam, Bâle, Barcelone ou Cologne, ils travaillent tous (les exceptions sont rares) entre 10 et 25 % de plus que les horaires "officiels". Parfois même chez eux : on n'en finit jamais de fignoler son texte, d'en rechercher les termes exacts; on est toujours à l'affût d'une belle image ou d'une nouvelle mise en pages que l'on finalise, la souris à la main, sur son propre Mac qui trône dans la chambre à côté sinon à la place du téléviseur.
Certes, ils préféreraient se consacrer eux aussi aux délices de la paresse créative ou hédoniste. Mais, ne pouvant se le permettre, ils font de la nécessité une vertu. D'ailleurs, nos métiers intrinsèquement chronophages nous amènent, souvent pour notre plus grand plaisir, à nous oublier dans l'univers tout de même merveilleux des mots et des belles images. Même si l'on travaille tous les jours jusqu'à 14 ou 15 heures de l'après-midi pour l'Etat (!), lorsqu'on aime, on ne compte tout simplement pas.

7.2.2 Stop à la lutte entre entreprises

La survie de nos sociétés repose sur les épaules de plus en plus frêles de l'entreprise, seule et unique source de richesse, et surtout sur les épaules des petites sociétés. Elles qui, on le sait, ont été fragilisées par plus de deux décennies de véritables pillages organisés par l'Etat dirigiste, interventionniste et, par conséquent, fatalement vorace et dissipateur.
Les entreprises se font peu d'illusions. Elles savent qu'elles devront supporter longtemps encore

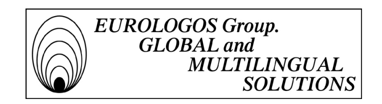
le poids écrasant des dettes des Etats et de la stagnation substantielle de la demande en raison de l'impossibilité de pratiquer des investissements d'envergure sur les marchés internes et, surtout, externes.

Il ne faut pas non plus être de grands futurologues pour affirmer que nos prochains scénarios seront encore caractérisés, hélas, par une situation de relative pénurie à l'intérieur de nos sociétés dites d'abondance.
Or, les entreprises sont les lieux physiques privilégiés où ces contradictions se répercutent et se manifestent dans la plus silencieuse et implacable des continuités. Toutes leurs relations en sont redevables. Les relations interindividuelles internes comme celles entretenues avec les autres entreprises.
La production, l'achat et la fourniture de la qualité en dépendent largement.
Il arrive même que la compétition légitime entre client et fournisseur, pour l'obtention des meilleures conditions et avantages respectifs, puisse déboucher sur un antagonisme invraisemblable et absurde.
Comprimés par les contraintes angoissantes d'une production aux conditions économiquement difficiles et psychologiquement stressantes, d'un côté, et acculés par les besoins de perfection et de rapidité à moindre prix, de l'autre, fournisseurs et clients risquent de finir par se faire une guéguerre injuste et paradoxale.

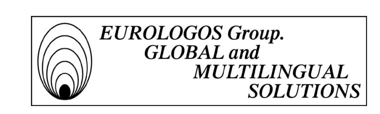
Les producteurs – notamment les professionnels de la traduction, du publishing multilingue et multimédia – se surprennent donc à se livrer une lutte fratricide au lieu de s'allier contre les classes plus ou moins parasitaires (nombreuses !) qui, elles, à l'abri des marchés et plus ou moins oisives, sont à la base des difficultés incroyables dans lesquelles les entreprises européennes se battent quotidiennement et en toute discrétion.
Lorsque quelqu'un perçoit un revenu qu'il n'a pas produit, quelqu'un d'autre produit un revenu qu'il ne pourra pas percevoir. Et ces derniers sont paradoxalement contraints de se livrer bataille tandis qu'ils tentent de produire aussi et de surcroît de la qualité.

7.2.3 La qualité comme distillat de l'éthique et de la politique

L'entreprise, en tant que topos de la production de richesse, lieu de la socialité productive et inlassable organisatrice de la lutte et de la résistance à l'entropie, est par définition un sujet politique de premier plan.
On pourrait même dire que son existence, finalement, est plus politique qu'économique.
Comment pourrait-elle, en effet, rassembler des hommes, les associer aux capitaux, les coordonner à l'intérieur d'une organisation technique et relationnelle, les diriger dans une unité aux multiples volets sociaux et culturels, bref, comment pourrait-elle... entreprendre sans répondre à une vocation éminemment politique ?
Et pourtant, aujourd'hui, affirmer que l'entreprise ne doit pas faire de politique passe pour un lieu commun !
Il est vrai qu'elle doit s'abstenir de toute activité politicienne de soutien à l'un ou l'autre parti (lequel ?). Cependant, elle doit revendiquer haut et fort sa fonction politique dans l'acception la plus noble du terme. Celle qui se réfère à la *polis*, à la cité des hommes, à la société civile autour de laquelle ils ont décidé d'ordonner leur existence.
Ainsi, l'apolitisme total de beaucoup d'entreprises et d'entrepreneurs est non seulement en contradiction avec leur nature intime, mais il relègue la politique au ghetto des activités

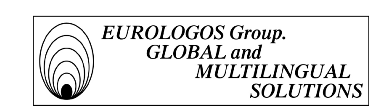


réservées à certains professionnels et bureaucrates en la sous-traitant - dans une exclusivité tragique - à leurs partis. La particratie dont on ne cesse de se plaindre a dans cette attitude démissionnaire une base essentielle.
Par ailleurs, du désengagement politique à l'abandon de l'éthique, le pas n'est pas long à franchir. L'important absentéisme éthico-politique des entrepreneurs et des entreprises ne peut qu'aggraver le sentiment très répandu d'être des victimes désemparées d'une machine étatique tellement envahissante, qu'il est vain d'essayer d'y échapper[89].
Cette culture de soft-soumission résignée donne libre cours aux militants anti-industriels de l'Etat social et ne favorise nullement la responsabilisation individuelle face à la productivité et à la qualité des services.
Le niveau qualitatif des produits d'une entreprise relève toujours de sa culture éthique et politique outre, bien entendu, de son savoir-faire et ses installations technologiques.
Les métiers de l'éditing multilingue et, plus en général, des services linguistiques et multimédias, étant des métiers de communication, ils sont encore plus redevables de cette vision morale du travail et de la vie civile.
Dans les années à venir, les jeunes professionnels de nos activités d'éditing et de publishing multilingue ne risquent – en tout cas – pas de s'ennuyer[90].



Huitième partie

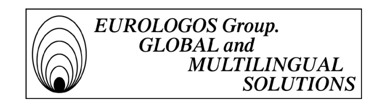
Glossaire de la traduction, de l'adaptation et de l'éditing multilingue



Les noms des choses

Seuls les philosophes et les
artistes peuvent se permettre
de donner aux objets des
définitions génériques, et
ceci uniquement parce que
- quelle que soit la définition -
cela ne change rien pour eux.

Theodor Levitt
"The marketing mode"
New York, 1969



Pour parler le même langage, mieux vaut peser ses mots

C'est à ses outils et à son lexique que l'on reconnaît le véritable professionnel. Ainsi, un spécialiste des métiers de la parole imprimée, surtout de la parole imprimée, doit au minimum s'exprimer avec la précision d'un mécanicien décrivant amoureusement ses outils ou les pièces d'un moteur à remplacer. Voici donc 314 mots que les copywriters, les traducteurs et les responsables éditing doivent emporter en permanence dans leur trousse, soigneusement astiqués.
Il y va de la possibilité de parler avec pertinence de leurs propres activités de rédaction-traduction et d'éditing multilingue, sans glisser dans la superficialité et dans des généralités insignifiantes. Il y va également de la possibilité d'un dialogue précis et bien fondé entre fournisseur de services linguistiques et client. Ce dernier n'étant pas (et pour cause) spécialiste en la matière, il apprécie particulièrement qu'on lui fournisse, avec la marchandise "mot-imprimé", le manuel d'utilisation.
En fait, la livraison de la métalangue de base - du moins de ses mots-clés - devrait toujours précéder la fourniture du produit-service linguistique lui-même. D'autant que ce produit-service n'est constitué que de mots. Des petits signes assemblés et - en l'occurrence - noircis sur papier : l'abstraction aime la précision.



Aa

Above-the-line
Littéralement : *au-dessus de la ligne* (de visibilité et d'audibilité publicitaire). Ensemble des activités publicitaires couvertes par les médias grand public (presse, radio, TV, cinéma, affichage). La publicité générale, celle dite d'image et de notoriété, se sert, en priorité sinon en exclusivité, de médias above-the-line. (Voir **Below-the-line**)

Acceptabilité
En linguistique, notion qui dépend de différents facteurs, dont le principal est la grammaticalité. Il existe différents degrés d'acceptabilité d'un texte ou d'un énoncé. En traduction, l'acceptabilité d'un texte traduit est déterminée par sa grammaticalité et, sur le plan sémantique, par une restitution complète de ses dénotations dans la langue cible. Quant au plan sociostylistique, l'acceptabilité est déterminée par l'intelligibilité du texte élaboré sur le plan esthétique, jusqu'à prétendre à (et par conséquent payer) un niveau stylistique de qualité-adaptation ou de qualité-éditing "zéro défaut", c'est-à-dire bien au-delà du niveau de qualité-traduction.

Acmé
Il constitue le point culminant dans la ligne mélodique d'une phrase.

Acronyme
Sigle prononcé comme un mot ordinaire. (Voir **Modem**, **ASCII** ou **RAM**)

Acrostiche
Suite de vers dont l'addition des premières lettres forme un mot. Généralement, pour mettre en évidence l'artifice, ces lettres sont imprimées en majuscule.

Adaptation
Transposition dans une autre langue d'un texte ou, de manière plus générale, d'un ouvrage, en ayant soin de conformer le sociostyle, la présentation graphique et le contenu du message aux caractéristiques des prospects marketing de la langue d'arrivée. Cette adéquation n'est possible que si elle est réalisée par des traducteurs-copywriters et des concepteurs graphiques à même de reproportionner avec justesse, dans la langue-cible, tous les éléments établis au départ dans la langue-source. La qualité-adaptation diffère de la qualité-traduction et de la qualité-éditing. (Voir **Traduction**, **Éditing**, **Publishing**)

Adaptation rythmique
Il s'agit d'une traduction - en général très libre - réalisée en respectant le rythme d'une chanson ou d'une séquence musicale dont la base reste invariable. On parle d'adaptation rythmique en éditing audiovisuel.

Adresse e-mail
Adresse qui identifie le possesseur d'une boîte aux lettres électronique. Elle comprend en général le nom de l'utilisateur, le nom du fournisseur d'accès et une identification du site ou du pays. L'adresse e-mail d'EUROLOGOS-Bruxelles est : info@eurologos.be.

Adversatif
Se dit d'un énoncé qui marque une opposition. Phrase adversative introduite par *mais, bien que, même si, toutefois*, etc.

Agence de traduction
Entreprise qui fonde ses activités sur la traduction. Il y en a plusieurs types, chacun se situant dans un créneau de marché spécifique. En premier lieu, les entreprises multilingues, qui, comme Eurologos, disposent de sièges en plusieurs pays et de nombreuses ressources humaines à même d'assurer un contrôle des textes de niveau élevé (traducteurs-réviseurs, rédacteurs et terminographes). Ces entreprises sont assez rares. En effet, la plupart des agences de traduction occupent le grand secteur de marché dit de "boîtes aux lettres". Celui-ci est constitué par des sociétés exclusivement locales qui sous-traitent la totalité ou la quasi-totalité de la production à des traducteurs free-lance. Il s'ensuit qu'elles ne sont pas à même de garantir une révision interne des traductions pour les langues qui ne sont pas parlées localement. Le troisième segment de marché est représenté par les bureaux bilingues ou trilingues. Il s'agit d'entreprises qui n'offrent que leur langue maternelle comme langue cible. Leur niveau de qualité, bien que



moins coûteux, est généralement égal ou supérieur à celui des agences "boîtes aux lettres". En effet, très souvent, les traducteurs qui travaillent dans ces bureaux sont au service à la fois de leurs propres clients et d'autres agences intermédiaires.

Agraphie
Incapacité d'écrire causée, généralement, par une pathologie mentale. À ne pas confondre avec l'agraphie généralisée et relative de notre temps qui est causée par une certaine perte d'habitude et de familiarité à écrire : on téléphone.

AIDA
Acronyme indiquant la découpe classique du processus publicitaire en quatre moments distincts (attirer l'Attention, susciter l'Intérêt, déclencher le Désir, pousser à l'Action). Méthode bien connue par les rédacteurs chevronnés d'il y a quelques années.

Allégorie
Dans le groupe des métaphores, l'allégorie est une figuration concrète ou personnelle à même de représenter des idées ou des concepts moyennant sa symbolisation (par exemple, la balance symbolisant la justice).

Allitération
Répétition de sonorités identiques de consonnes dans une séquence de mots rapprochés. La littérature française compte de multiples exemples d'allitérations fameuses : *Pour qui sont ces serpents qui sifflent sur vos têtes* (Jean Racine), *Vulcain dans les Feux de sa Forge* (Victor Hugo), *Ma songerie aimant à me martyriser* (Stéphane Mallarmé). L'allitération produit généralement un effet désagréable lorsqu'elle est involontaire. Utilisée à bon escient, par exemple en publicité, elle a un effet très accrocheur (*Mini Mir, mini prix, mais il fait le maximum*).

Allusion
Figure rhétorique introduisant une polysémie qui permet d'évoquer un sens différent. L'allusion peut prendre la forme d'une équivoque, d'un calembour, d'un jeu de mots ou d'un anachronisme. *L'Académie, le commun des immortels* (Jules Renard).

Amphibologie
Ambiguïté syntaxique, généralement involontaire, donnant lieu à des polysémies très embarrassantes à traduire. *Il courut à toute vitesse vers l'arrière-cour de la maison de sa grand-mère, qu'il n'avait plus vue depuis longtemps.*

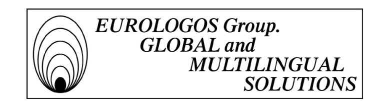
Anachronisme
Faute de chronologie dans une phrase. L'anachronisme peut être intentionnel dans le cas d'une figure rhétorique comme l'allusion.

Anacoluthe
Phrase dans laquelle l'on trouve deux propositions successives souvent sans relation logique. La construction initiale est brusquement abandonnée pour en commencer une deuxième. Figure rhétorique particulièrement détestée par les traducteurs lorsqu'elle est involontaire ou produit des obscurcissements de la proposition.

Anaphore
Figure consistant à répéter un mot ou un groupe de mots en début de phrase :
Que voulez-vous la porte était gardée,
Que voulez-vous nous étions enfermés,
Que voulez-vous la rue était barrée
(Paul Eluard).

Anomal
Se dit d'un énoncé qui est interprétable seulement si l'on se place à l'intérieur d'un code sémantique ou poétique qui lui est pertinent.

Antiphrase
Figure consistant à remplacer un terme ou une expression par son contraire, souvent dans une intention ironique : *Naturellement, elle a toujours tout compris (= Elle n'a rien compris).*



Antonomase
Figure rhétorique qui remplace un mot par un nom propre ou par un nom collectif : *Elle aimait jouer les Cassandre.*

Aphérèse
Élision d'un ou plusieurs phonèmes dans l'initiale d'un syntagme : *Les Ricains (Les Américains).*

Aplat
Surface imprimée sans trame.
En phase de conception graphique, il faut limiter au maximum les aplats car ils sont difficilement réalisables en impression.

Apocope
Élision d'un ou plusieurs phonèmes dans la finale d'un mot : *"J'sais d'quoi j'parle", télé, resto.*

Apposition
Mot qualifiant un autre mot sans l'aide de procédé grammatical : *Bruxelles, capitale de l'Europe, est aussi celle du multilinguisme.*

Approche
Distance entre les lettres d'un mot. Elle varie suivant la forme des lettres qui se côtoient et suivant le degré de compression nécessaire à l'équilibre du mot et de la ligne photocomposée.

Archilecture
Lecture approfondie, à plusieurs niveaux (sémantique, stylistique, morphologique et lexical) à laquelle tout bon traducteur se livre afin d'appréhender la dimension verticale et horizontale d'un texte. L'archilecture constitue la première phase de la traduction.

Argumentaire de vente
Inventaire des arguments finalisés pour la réalisation de la vente. Il est établi en fonction de ceux qui les utilisent et de ceux qui en sont la cible. Il est donc rédigé, illustré et imprimé à l'intention des distributeurs, des forces de vente et des prescripteurs d'un produit ou d'une marque.

Art Director
Responsable du layout, du graphisme et du stylisme général d'un document publicitaire.
En éditing audio, c'est-à-dire en phase d'enregistrement, le directeur artistique est le responsable de l'interprétation artistique des doublages réalisés par les speakers ou par les comédiens. Il est assisté par un traducteur de langue maternelle qui assure la bonne prononciation, la cohérence dans l'élocution et la parfaite adhérence au texte.

Assise
Phrase finale d'une annonce publicitaire. (Voir **Base line** et **Pay off**)

Attaque
Phrase initiale par laquelle on commence un article, une annonce, un copy. Plus courant que "incipit".

Attitude
Disposition générale d'une personne à l'égard d'un produit, d'un service, ou d'une marque. *Attitude type* : ensemble des attitudes du public qui, par un procédé de simplification, sont ramenées à un modèle standard et significatif (catégories socioculturelles ou segments de marché).

Audience
Nombre des personnes qui, pendant une période déterminée, sont exposées à un message publicitaire. *Audience cumulée* : audience acquise par la répétition du message. *Audience potentielle* : ensemble des personnes susceptibles d'être atteintes par un support lors d'une campagne. *Audience réelle* : portion de l'audience qui recouvre effectivement l'univers cible prévu. *Audience utile* : portion de l'audience qui possède les caractéristiques typologiques du groupe cible. L'audience s'applique également au lectorat.



Au kilomètre (composition)
Composition d'un texte sans justification particulièrement définie, aligné à gauche, sans coupure de mots.
En phase de mise en pages - donc, après la frappe au kilomètre -, on définit les polices, les corps, les graisses, les justifications, les habillages, les coupures de mots et les interlignes à employer. (Voir **Flat file**)

Bb

Barbarisme
Faute fréquente en traduction. Sous l'influence du texte-source, l'on est induit à forger des mots sans s'en apercevoir, en parasitant également la morphologie des mots étrangers. Parfois, les barbarismes échappent même à plusieurs relectures et révisions. L'utilisation en français, par exemple, de l'expression *Le Premier* pour désigner le premier ministre, est un barbarisme (sous l'influence du néerlandais *De Premier*). Il en va de même du mot *challenge* utilisé dans le sens de *défi*, sous l'influence de l'anglais.

Base line
Titre de conclusion que l'on place au bas d'une annonce ou d'un volet de dépliant, résumant le texte de la stratégie publicitaire de l'entreprise.

Baud
Unité de mesure de la vitesse de modulation d'un signal servant à caractériser les signaux de transmission par modem et par fax.

Belle page
Se dit de la page impaire (de droite) d'une publication (particulièrement prisée par les annonceurs en raison de sa lisibilité bien supérieure à la page paire).

Below-the-line
Ensemble des actions de promotion réalisées "au-dessous de la ligne" (de visibilité et d'audibilité publicitaire). Ces actions sont ainsi menées "hors médias" grand public (presse, radio, TV, cinéma, affichage). (Voir **Above-the-line**)

Bichromie
Impression en deux couleurs primaires imbriquées (Voir **Quadrichromie**). Parfois confondue avec la couleur d'appoint superposée sans sélection.

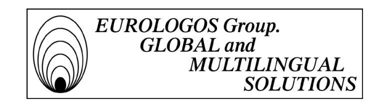
Bit
Contraction des mots Binary Digit (chiffre binaire).
Unité élémentaire d'information pouvant représenter deux valeurs distinctes (0 ou 1).

Body copy
Littéralement : *le texte du corps*, c'est-à-dire le bloc photocomposé de la copie d'une annonce publicitaire ou d'un prospectus; habituellement appelé copy, au masculin. (Voir **Headline** et **Base line**)

Boîte aux lettres
Qualificatif utilisé pour désigner les agences de traduction qui sous-traitent aux free-lances les textes qu'elles livrent tels quels à leurs clients, sans être en mesure ni de les lire ni de les corriger, parce qu'elles ne disposent pas de réviseurs internes à même de contrôler et de valider leur production.

Bon à tirer
Épreuve finale à signer par le client (ou par l'éditeur) pour accord avant de procéder à l'impression. Le cas échéant, le bureau de traduction peut également assumer la responsabilité de la signature des épreuves composées.

Bords perdus
On dit qu'une impression est à bords perdus lorsqu'elle couvre la surface utile (ou une partie) d'une page. En effet, c'est le rognage après impression qui permet d'obtenir les bords (imprimés) perdus dans la coupe.



Bouclage
L'heure de bouclage constitue le dernier délai avant l'envoi des films à l'imprimerie. (Voir **Deadline**)

Boucle de la qualité
L'Assurance de Qualité (AQ), telle qu'elle est prescrite par l'ISO 9000, prévoit des opérations de contrôle de qualité aboutissant à des actions correctives pour éliminer les défauts trouvés dans la fabrication des produits. L'ensemble des opérations "contrôle-correction-validation" est dénommé "boucle de la qualité". Tout le management de la Qualité Totale consigné dans le Manuel des Procédés Eurologos (plus de 400 pages) est fondé sur le principe de la bouche de qualité.

Bourdon
Passage d'un texte oublié dans la composition. Attention aux transferts de disquettes : une petite manipulation maladroite suffit à faire disparaître une ligne, voire un paragraphe entier !

Briefing
Ensemble des instructions et des recommandations que le client transmet au rédacteur, aux traducteurs et au responsable du prépresse afin qu'ils puissent réaliser correctement le travail.

Bromure
Papier photographique utilisé en composition et en photorepro pour des tirages noir et blanc au trait ou tramés.

Browser
Logiciel qui permet de naviguer sur le World Wibe Web (par ex : Mosaïc et Netscape).

Bureau de traduction
Entreprise dont les activités sont centrées sur la traduction. Le bureau de traduction est également appelé "agence de traduction". Il existe plusieurs types de bureaux de traduction, chacun positionné sur un segment de marché différent. Tout d'abord, les bureaux multilingues proposant des traductions vers plusieurs langues ou en toutes langues. Les bureaux qui disposent d'un personnel interne important, à même de garantir un niveau de contrôle élevé des textes (des terminologues et des traducteurs-réviseurs travaillant exclusivement dans leur langue maternelle) sont assez rares. En effet, la grande majorité des bureaux "toutes langues" n'occupent que le large segment moyen dit des "boîtes aux lettres", constitué par les entreprises qui sous-traitent la totalité ou la quasi-totalité de la production à des traducteurs free-lances (sans, donc, pouvoir assurer la révision interne des traductions). Le troisième segment du marché est constitué par les bureaux bilingues ou trilingues. Il s'agit d'indépendants ne proposant que leur langue maternelle comme langue-cible. Leur niveau de qualité est parfois meilleur que celui des bureaux "boîtes aux lettres" et beaucoup moins cher. Bien souvent, ces indépendants travaillent à la fois pour leurs clients directs et pour des bureaux intermédiaires.

Business-to-business
Communication directe d'une entreprise à une autre entreprise. Technique de publicité directe pour les produits et les services qui ne concernent pas le grand public. La technique est complexe et utilise aussi bien le *below* que l'*above-the-line* dans un mix où le couponing, les mailings et le télémarketing jouent les rôles principaux. Le rôle de l'écriture dans la communication *business-to-business* est primordial.

Byte
Séquence informatique de huit bits.

Cc

Cahier
Feuille de papier imprimée de telle sorte qu'elle soit prête à être pliée, découpée et brochée sans repagination.

Calque
Traduction littérale reproduisant la structure de la langue-source dans la langue-cible. Il s'agit de la traduction mot à



mot tant redoutée par le client qui craint - souvent à juste titre - que son texte ne soit transposé à coups de dictionnaires. D'ailleurs, c'est connu, les langues naturelles ne supportent pas d'être traduites mot à mot. (Voir **Littéralité**)

Camera-ready
Littéralement : *prêt pour la caméra*. Document (montage, maquette) mis au net prêt à être saisi par la caméra (voir **Banc de reproduction**) ou par le scanner. Les actuels équipements de prépresse ont remplacé presque totalement les applications camera-ready.

Chapeau
Texte introductif d'un article, généralement composé en caractères gras.

Chat line
Littéralement : *ligne de bavardage*. Elle définit, entre autres, les dialogues entre internautes.

Chef de fabrication
Spécialiste du prépresse et, à la fois, fin connaisseur des procédés d'impression et de façonnage. Il constitue en effet le chaînon critique entre la conception et la fabrication d'un imprimé.
Il est donc à même de remonter – dès la phase de projet – du façonnage vers la conception et d'apporter son précieux savoir-faire, surtout fondé sur l'expérience. En outre, il veille sur le rapport qualité-prix en influençant la conception et se porte garant du parfait accomplissement des différentes phases de réalisation d'un imprimé. En Belgique, il est appelé chef de production. Attention, le chef de fabrication – à l'instar des graphistes – est censé considérer les textes seulement d'un point de vue graphique.

Chemin de fer
Présentation miniaturisée sur une planche de toutes les pages d'un imprimé, celles-ci étant souvent disposées en cahier. Les programmes de mise en pages et d'imposition actuels réalisent le chemin de fer automatiquement.

Cheval
Article de première page - à droite et/ou en bas - d'un journal ou d'un périodique d'entreprise, qui continue dans les pages intérieures de la publication.

Chute
Dernière phrase à effet d'un article ou d'un copy.

Cible
Groupe de personnes physiques ou morales (consommateurs, entreprises) visé par une campagne ou une action.

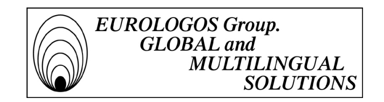
Circonlocution
Il s'agit d'un énoncé périphrastique exprimant un propos qui veut demeurer caché. *Il est décédé après une longue et pénible maladie.*

Cœur de cible
À l'intérieur d'une cible, groupe de prospects qui est le plus susceptible de répondre favorablement à une offre.

Colophon
Liste reprenant les noms de l'éditeur, du rédacteur en chef, de l'imprimeur, ainsi que des informations relatives au copyright, au tirage, etc. d'une publication. En général, le colophon est imprimé au début ou à la fin d'un document (généralement un magazine).

Composition
La composition peut être réalisée en PAO (Macintosh ou MS-DOS). Elle l'est de moins en moins sur photocomposeuse. En réalité, on compose de plus en plus sur traitement de texte pour ensuite transférer le texte, sur disquette, dans un programme de mise en pages.

Compression
Réduction de la dimension d'un fichier informatique afin d'en faciliter l'archivage, le traitement et la transmission.



Compte-fils
Petite loupe utilisée par les graphistes et les imprimeurs pour le contrôle des trames et le repérage des défauts de fabrication.

Concept
Représentation générale et abstraite d'un produit ou d'un service. La création d'un concept pour une marque (ou un produit/service) constitue le façonnage de son identité stratégique.

Concordance de temps
Règle de grammaire suivant laquelle le temps des verbes des propositions subordonnées est défini par celui des propositions principales. *J'ai fait ce qu'il fallait que je fasse. Je vais faire ce qu'il aurait fallu que je fisse.*

Contrôle linguistique
Le contrôle linguistique, chez Eurologos, constitue la première séquence de "la boucle de la qualité" qui est composée d'au moins deux autres opérations : l'action corrective des fautes repérées et la validation finale du texte. Le contrôle linguistique des textes multilingues est réalisé par rapport à plusieurs paramètres qui doivent être, bien entendu, contractualisés. En effet, le contrôle linguistique - ou, plus souvent, les contrôles linguistiques au pluriel - sont la clé de voûte de la qualité linguistique (et de sa mise en page). On peut ainsi avoir le simple contrôle ortho-syntaxique, le contrôle de la pertinence (en rédaction) et de la fidélité sémantique (en traduction), le contrôle terminologique et phraséologique, le contrôle géo- et socio-stylistique, le contrôle de l'adéquation textuelle par rapport au layout, etc. (Voir également **Archilecture** et **Boucle de la qualité**)

Copy
Abréviation de *copywriter* et de *body copy*. (Voir **Body copy**)
Texte dactylographié d'une annonce ou d'un prospectus publicitaire.

Copyright
Se dit de la garantie des droits d'auteur et, par conséquent, de l'interdiction de reproduction sans autorisation préalable. À ne pas confondre avec copywriting.

Copy strategy
Document qui définit le concept, l'axe et l'argumentation d'une campagne publicitaire ou DM.

Copywriting
Conception et rédaction de textes publicitaires ou commerciaux suivant les règles de l'art, les objectifs marketing et le positionnement du produit/service préétablis. En traduction, la qualité-copywriting exige la traduisibilité du texte. (Voir **Traduisibilité**)

Coquille
Faute typographique, lettre substituée à une autre.

Corporate image
Ensemble des caractéristiques conceptuelles, visuelles, stylistiques et référentielles d'une entreprise. Dans la définition de l'image de marque d'une société ou d'un produit interviennent également les attributs qui lui sont conférés par les consommateurs, les clients, les fournisseurs et l'environnement (*corporate identity*).

CR
Acronyme de Concepteur-Rédacteur. (Voir **Copy** et **Copywriting**)

Créativité
Aptitude de l'esprit à l'invention, à l'innovation et à l'introduction de formes nouvelles et originales. Les anciens l'avaient cataloguée dans la partie de la rhétorique qu'ils avaient appelée "inventio". L'écriture et la traduction constituent, naturellement, des facteurs fondamentaux dans la créativité en éditing.

Créneau de marché
Partie ou secteur de marché qui, pour des raisons technologiques ou commerciales, s'ouvre à de nouvelles solutions. Ainsi, la segmentation des marchés se modifie sans cesse.

Croix de repérage
Marque que l'on fixe sur un bromure ou un film pour le parfait positionnement des couleurs et/ou des montages.

Cyberespace
Du grec *kubernaô* : gouverner.
Espace électronique constitué par les réseaux de télécommunication qui mettent le monde entier en relation.

Dd

Deadline
Délai ultime pour la réalisation d'une opération d'éditing. (Voir **Bouclage**)

Dealer imprint
Littéralement : *repiquage du distributeur*. Se dit de l'espace, souvent encadré, réservé aux coordonnées du revendeur ou du représentant de la marque figurant dans un prospectus imprimé.

Définitif
Document prêt à être scanné (camera-ready). (Voir **Maquette**)

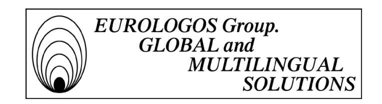
Délocalisation
La délocalisation de la production linguistique naît du fait que l'on écrit ou l'on traduit un texte dans une langue différente par rapport à la langue parlée dans le pays où le rédacteur ou le traducteur de ce même texte vit. Si, par exemple, l'on écrit (traduit) en italien ou en japonais en dehors de l'Italie ou du Japon, on finit par en délocaliser les productions linguistiques. La conséquence néfaste de cette délocalisation est représentée par les fréquentes interférences lexicales, phraséologiques ou conceptuelles que le traducteur ou réviseur inéluctablement introduit dans son texte. Ce même traducteur ou réviseur, qui vit à l'étranger mais qui continue à écrire dans sa propre langue maternelle, est influencé par la langue utilisée quotidiennement dans le pays où il réside. Sa tendance est, en effet, de retraduire inconsciemment dans sa langue maternelle des expressions qui lui sont étrangères. En plus, chaque langue évolue beaucoup plus que l'on ne croît. Et, avec le temps, même les traducteurs émigrés perdent inévitablement le contact tant au niveau terminologique qu'au niveau stylistique, avec leur langue d'origine. Voilà la raison principale qui pousse Eurologos à fonder sa stratégie sur la "relocalisation" de sa production linguistique par le biais de la création de filiales ou de sièges franchisés dans les pays des langues cibles (là où les langues sont parlées). Il en va de la qualité linguistique des textes !

Design
En marketing, procédé créatif ayant pour objectif l'étude et la réalisation de travaux visuels (forme, couleur, matériel, typo, graphisme, etc.) destinés à définir l'identité esthétique et fonctionnelle d'un produit ou de son conditionnement.

Desktop Publishing (DTP)
Littéralement : *publication réalisée sur le bureau*. Publication Assistée par Ordinateur (PAO), en français. La PAO est sans doute l'application technologique qui a le plus révolutionné l'édition des années 80 et 90. Partie avec des ambitions plutôt modestes, la PAO a graduellement remplacé les photocomposeuses avec ses nouvelles chaînes graphiques. Elles sont constituées principalement de stations d'ordinateurs puissants, de scanners N/B et couleur et de multiples programmes de mise en pages et d'illustration. (Voir **PAO**)

Déverbatif
Nom dérivé d'un verbe. *Achèvement (de achever).*

Dialecte
Une langue, même homogène, se diversifie dans le temps en formes divergentes suivant les variations sociales et culturelles de ses communautés locutrices. Ces variétés de langage sont appelées dialectes. Ceux-ci peuvent



atteindre - à leur tour, par un processus inverse - la dignité d'une langue.

Didot
En typographie, unité de mesure correspondant à 1/2660e de mètre, c'est-à-dire 0,376065 mm (point typographique). Système de mesure typographique inventé en France par Didot père et fils juste avant la Révolution. Il était fondé sur la pointure du “pied du roi” (12 points = 1 cicéro). Les corps de caractères sont mesurés en points Didot.

DIN
Deutsche Industrienorm. Les formats usuels découlent tous de la norme DIN A1, mesurant un mètre carré.

Doublage
Enregistrement en une ou plusieurs langues de textes accompagnant une réalisation audiovisuelle (film, dessin animé, montage dias, etc.). La technique traductive diffère selon le type de texte : elle tient compte de la durée des séquences (commentaire off), du rythme mélodique (chansons) ou de l'articulation labiale (lipping).

Drapeau
Texte composé avec alignement vertical à droite ou à gauche.

Ee

Éditing
En culture industrielle, on entend par éditing toutes les opérations nécessaires à la publication d'un message commercial (informatif, publicitaire ou - en général - marketing). Dans le domaine éditorial, l'éditing est constitué par le rewriting - réalisé par un rédacteur particulièrement expert (*l'éditor*) - d'un texte à publier. Même l'auteur du texte peut participer à cette correction finale. Par éditing multilingue, on entend toutes les opérations traductives nécessaires à l'élaboration d'un document en plusieurs langues. Le terme éditing est souvent utilisé comme synonyme de publishing. En réalité, le terme publishing recouvre plutôt les opérations graphiques, typographiques (production d'imprimés) ou, d'une manière générale, de mastering (enregistrement audio/vidéo) pour la production de cassettes, CD ou CD-I. (Voir **Publishing**)

Editor
Rédacteur responsable de l'éditing. (Voir **Copywriter** et **Éditing**)

E-mail
Abréviation d'*electronic mail* (courrier électronique).
Echange de messages entre différents abonnés à l'intérieur d'un réseau.

Emprunt
Intégration dans une langue d'un élément d'une langue étrangère, sans adaptation de l'orthographe originale (ex. : publishing, maestro, parfum).

Encart
Dépliant inséré dans un magazine. Encart libre : annonce en papier rigide non attachée aux pages du magazine.

Epreuve
Imprimé ou photocopie de composition soumis au client ou au chef de fabrication (chef de production) avant le tirage définitif. (Voir **Bon à tirer**)

Errata corrige
Expression latine signifiant, littéralement, corrige les fautes. Liste des corrections à apporter à une publication.
Ethernet
Réseau à grande vitesse, notamment disponible sur Internet.



Etude
Démarche orientée vers l'observation des individus et des faits. *Etude de consommation* : investigation du comportement des consommateurs. *Etude de marché* : recherche, collecte et analyse des informations quantitatives et qualitatives concernant le marché réel ou potentiel d'une entreprise. *Etude des motivations* : recherche des mobiles conscients ou inconscients des personnes à l'égard d'un produit. *Etude omnibus* : étude collective où plusieurs clients ont la possibilité de poser les questions spécifiques de leur choix à un échantillon commun. *Etude qualitative* : étude portant sur un nombre réduit de personnes interrogées par des questions ouvertes visant à définir les motivations profondes des comportements, sans souci de quantification ou de comptabilisation des réponses obtenues.

Etymologie
Etude du processus de transformation des langages et des mots dans le temps et les cultures.

Euphémisme
Figure rhétorique qui a pour but d'atténuer un propos. La ***litote***, la ***circonlocution*** et l'***allusion*** en sont les formes les plus utilisées. *Réaliser la traduction de votre texte de 95 pages en un jour ? Cela me semble difficile.*

Excellence
Tandis que la qualité est toujours relative (elle est définie par le rapport entre produit promis/produit réel), l'excellence d'une fourniture est définie en termes absolus : le meilleur caviar du monde (ou parmi les meilleurs), le PC le plus rapide et la technologie la plus performante, le service multilingue de niveau le plus élevé ("zéro défaut"), etc. L'excellence en traduction et en publishing multimédia ne peut être produite que par des bureaux internationaux disposant de filiales opérationnelles à même d'assurer un contrôle linguistique interne et dotés d'équipements technologiques hi-tech pour le prépresse et le mastering. (Voir **ISO**, **Overclaim**, **Qualité**)

Ff

Faces
Petits dessins réalisés à l'aide de caractères ASCII : points, lettres et chiffres pour représenter, dans un e-mail, les états d'humeur d'un utilisateur (approbation, surprise, colère, etc.). Appelés également *emoticon* ou *smiley*.

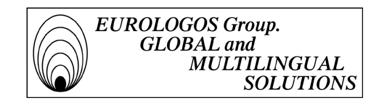
File
Littéralement : *fichier.*
Ensemble de données stockées pour en permettre l'exploitation par un programme informatique.

Filet
Ligne dont l'épaisseur est mesurée en points typographiques et qui est utilisée dans la composition comme élément graphique, mais également pour séparer ou encadrer un texte et/ou une image.

Flasheuse
Voir **Insoleuse**.

Flat file
Littéralement : *fichier plat*. Document informatique (disquette) qui ne contient aucun code (gras, centrage, soulignement, tabulation, ...) afin de pouvoir être utilisé en phase de composition, lorsque l'on introduit les codes typographiques.

Flyer
Prospectus distribué sous la forme d'un dépliant ou d'une feuille non pliée et indépendante.
Foisonnement (coefficient)
Il s'agit de l'augmentation du nombre de mots engendrée par l'opération traduisante. Le coefficient de foisonnement est le rapport entre les mots de la langue-source et ceux de la langue-cible.



Foliotage
Numérotation progressive des pages d'une publication. Elle est souvent faite automatiquement par le programme de composition : pages impaires (à droite), pages paires (à gauche). Tous les programmes Macintosh ou MS-DOS prévoient le foliotage automatique.

Font (ou fount)
Mot anglais pour police de caractère. (Voir **Police**)

Frein
Motivation négative qui pousse un individu à ne pas faire quelque chose. Par exemple, la préparation des argumentaires de vente ou la rédaction des mailings doit tenir grandement compte des freins et les contrecarrer ponctuellement.

FTP
Acronyme de *File Transfer Protocol*.
Protocole de transfert de fichiers.

Gg

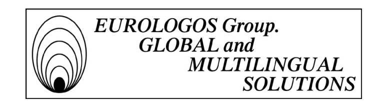
Gateway
Littéralement : *Passerelle.*
Logiciel assurant la connexion entre deux réseaux.

Géostyle
Le géo-style d'une langue est constitué par les caractéristiques propres à un certain pays (ou zone géographique). Il existe, par exemple, l'anglais britannique et l'anglais avec un géo-style américain ; l'espagnol avec un géo-style castillan ou argentin, le portugais avec un géo-style lusitanien ou brésilien. On arrive même au néerlandais avec un géo-style hollandais ou flamand, celui parlé et écrit en Belgique, à une distance qui ne dépasse pas les cent kilomètres ! Le processus de mondialisation est propice, de manière apparemment paradoxale, à particulariser les langues et à rendre favorable la divergence stratégique des géo-styles linguistiques (le tchèque et le slovaque, le serbe et le croate, etc.). Puisque la langue est de plus en plus un facteur précieux pour la qualité et la compétitivité geomarketing, il est nécessaire d'avoir la possibilité de la produire (et de la contrôler !) "là où elle est parlée". Voilà une autre raison à la base de la stratégie de relocalisation de la production linguistique, et, par-là, de la multinationalisation croissante du Groupe Eurologos.

Gist
Se dit d'une traduction entièrement réalisée par un logiciel sans aucune intervention humaine. Très souvent, le niveau d'intelligibilité d'un gist n'est pas suffisant pour que ce type de traduction (automatique) soit utilisable. Cela dépend également du couple de langues de départ et d'arrivée et, surtout, du système de la "machine translation" utilisée. Eurologos dispose du système Systran, le leader mondial de la traduction automatique.

Glocal
Néologisme obtenu par le télescopage des mots "global" et "local". Le nouvel adjectif ainsi créé intègre les signifiés opposés des deux mots fusionnés : le concept de globalité et celui de localité. En effet, "glocal" vient du mot anglais "glocalization" apparu aux États-Unis à la fin des années 90 surtout dans le langage marketing. La glocalisation décrit la création de services destinés aux marchés internationaux mais conçus pour être adaptés à chacune des cultures locales. La relocalisation de la production des langues (les produire là où elles sont parlées), c'est-à-dire le concept de base qui fonde le positionnement stratégique des activités du Groupe Eurologos, n'est autre chose que la glocalisation des services linguistiques. La "think global act local" des années 70, après 20 ans de globalisation de l'économie mondiale, ne pouvait qu'aboutir à un nouveau concept productif propre aux activités mondiales et, à la fois très locales : le glocal des langues de la communication, par exemple.

Gouttière
Espace vide entre deux colonnes typographiées.



Gradation
Figure rhétorique consistant à présenter les éléments formant une accumulation suivant une hiérarchie progressive ou dégressive. *C'est un pic, c'est un cap, que dis-je un cap ? C'est une péninsule !* (Edmond Rostand).

Graisse
Degré d'épaisseur d'une lettre. Usuellement, on utilise trois graisses : maigre, demi-gras, gras.

Grammage
Poids du papier ou autre support exprimé en grammes par mètre carré (g/m2).

Gravure des couleurs
Procédé de sélection des couleurs (photogravure) aboutissant à quatre films. Elle est constituée par l'ensemble des combinaisons de valeurs (suivant le pourcentage de trame) entre les trois couleurs primaires, plus le noir. (Voir **Quadrichromie**)

Grille
Structure de base d'une mise en pages réalisée de façon modulaire afin de permettre une homogénéité graphique de l'ensemble d'un ouvrage.

Hh

Habillage
Composition d'un texte en suivant le contour d'une image.

Hardware
Ensemble des éléments physiques employés pour le traitement de l'information (définition parue au Journal officiel, 1974).

Headline
Titre en tête d'une annonce ou d'un article.

Hiatus
Rencontre entre deux voyelles de deux mots différents (ou à l'intérieur d'un mot) obligeant le locuteur à parler la bouche ouverte.

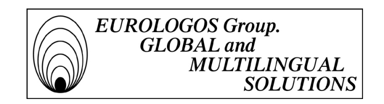
Hirondelles
Voir **Points de coupe** et **Traits de coupe**.

Homonyme
Il s'agit d'un "presque synonyme". En réalité, les synonymes sont généralement des "presque synonymes", leur équivalence sémantique étant rarement parfaite.

Home page
Dans un site Web, première page de présentation dans laquelle sont indiquées les coordonnées de la société ou de l'organisme, son logo, l'illustration et les hypertextes initiaux. (Voir **Hot link, Web Site publishing**, **HTML**, **WWW**).

Host
Littéralement : *hôte*. Terme très utilisé dans le langage Internet pour désigner l'ordinateur qui accueille les services disponibles sur d'autres systèmes.

Host mode
Littéralement : *modalité hôte*. Fonction désignant le paramétrage d'un logiciel de communication en mode réception, c'est-à-dire prêt à recevoir des appels en ligne.



Hot link
Littéralement : *lien chaud*. Il indique les parties d'un hypertexte (soulignées ou coloriées) qui peuvent être "cliquées" afin de renvoyer vers d'autres parties du texte sur la base de liens existant à l'intérieur du même texte.

House organ
Publication d'entreprise finalisée à la communication interne et, surtout, externe (clientèle, prospects, prescripteurs, environnement professionnel, relations publiques, etc.). Les périodiques d'entreprise, qui peuvent se présenter sous des formes diverses, ont tendance à mettre de plus en plus en évidence la convergence entre la fonction des relations humaines typiquement internes et la fonction d'image et de positionnement (autrefois) typiquement externe.

House style
Ligne stylistique choisie par une entreprise et, plus particulièrement, style typographique et graphique de l'écriture propre à une entreprise.

HTML
Acronyme de *Hyper Text Markup Language*. Code utilisé pour réaliser des liens hypertextes sur le World Wide Web.

Hyperbole
Figure rhétorique fondée sur l'utilisation d'expressions volontairement exagérées : *Il mange comme un lion*. L'hyperbole est utilisée en publicité : *des conditions de vente scandaleuses (= exceptionnelles); prix fous.*

Hypercorrection
La nature toujours perfectible des textes peut induire le rédacteur, ou le correcteur, à corriger à l'infini, au-delà des nécessités grammaticales, terminologiques ou stylistiques. Cet excès de correction est appelé par les linguistes l'hypercorrection. Elle peut présenter, non rarement, le paradoxe d'aboutir à empirer le texte par l'introduction de variantes syntaxiques ou textuellement non accordées.

Hypertexte
Texte enregistré sur support informatique et doté - grâce à l'utilisation d'un programme de traitement de texte - de la possibilité de renvois entre un mot et un autre. En cliquant sur un mot préalablement souligné, on passe immédiatement à la partie du texte correspondant au même mot traité ailleurs. Particulièrement utilisé sur les Web sites d'Internet. (Voir **Hot link**)

Hypocorisme
Figure de mots également appelée "mots doux" : *Mon petit loup*, *Ma bichette*. L'hypocorisme est employé également avec des intentions ironiques, sarcastiques, paternalistes ou agressives.

Ii

Idéogramme
Dessin représentant la stylisation d'une idée ou d'un objet. Souvent utilisé dans la conception de logotypes.

Idiolecte
Phraséologie spécifique d'un individu dans une circonstance donnée. L'idiolecte procède du technolecte et en détermine une spécification stylistique de l'individu.

Idiotisme
Expression d'un idiome. L'idiome est un langage contenant d'innombrables expressions (idiomatiques) propres à une communauté, parfois intraduisibles par une forme lexicale correspondante. *Il pleut des cordes*.

Inactinique
Se dit d'une lumière qui n'exerce aucune action photochimique sur un environnement donné. La lumière inactinique



(généralement rouge) est utilisée en chambre noire pour ne pas impressionner les supports sensibles (bromures, films).

Incise
Forme expressive intercalaire dans une proposition n'entretenant avec cette dernière aucune relation grammaticale : *Je m'en vais - dit-il - et il sortit*.

Infographiste
L'ancien graphiste metteur au net qui collait ses bromures et faisait du lettrage pour les titres s'est transformé en infographiste, la souris à la main. La mise en pages, depuis la moitié des années 80, se fait exclusivement à l'écran.

In-folio (-quarto, ...-seize)
Impression d'une feuille qui, après un pliage (deux, trois, quatre pliages) forme quatre pages (huit, seize ou trente-deux pages).

Ingénierie linguistique
La traductologie moderne, surtout dans les années 1990, fait de plus en plus appel aux technologies informatiques et télématiques pour développer de nouvelles techniques de production multilingue. L'ingénierie linguistique en constitue ainsi le résultat le plus abouti. (Voir **Translation Memory System**)

In-house
Se dit des collaborateurs internes à l'entreprise. Traducteurs, graphistes ou rédacteurs *in-house*.

Inside back
Troisième de couverture (*Inside front* : deuxième de couverture).

Insoleuse
Appareil photographique d'impression sur bromure ou sur film des textes composés et des images, tramées ou au trait, saisis via scanner sur photocomposeuse ou équipement PAO. Le degré de définition varie entre 600 et 3.000 dpi.

Interférence
Lorsqu'on utilise couramment deux langues, le phénomène de l'interférence lexicale ou syntaxique est fréquent. Il s'agit de fautes induites par l'influence d'une langue sur l'autre. Problème classique en traduction, qui est résolu par plusieurs opérations de relecture et de révision. Ainsi la mauvaise traduction en français de la phrase allemande *Ich danke Ihnen dafür, daß Sie gekommen sind* par *Je vous remercie que vous soyez venu* est le résultat d'une interférence syntaxique entre ces deux langues.

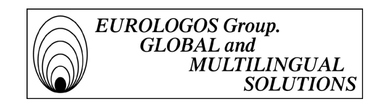
Interligne
Distance mesurée en points typographiques entre une ligne et la suivante.

Interprétation
On a appelé interprétation toute traduction orale d'une langue vers une autre s'adressant à des auditeurs. On appelle, par contre, traduction toute transposition écrite vers une autre langue. On dénombre huit types d'interprétations : interprétation simultanée, en chuchotage, consécutive, de liaison, par traduction à vue, en téléconférence, mixte et jurée. (Voir **Traduction**)

Internet
Système mondial de réseaux informatiques auxquels on accède par ordinateur, via une ligne téléphonique. De nombreuses entreprises, appelées fournisseurs d'accès (en anglais, *providers*) proposent des formules d'abonnement à Internet.

Intertitres
Petits titres intermédiaires d'un article ou d'une annonce publicitaire.

Image
Ensemble des représentations perçues et projetées, par lesquelles le public identifie une entreprise, une marque, un produit.



Impact
Degré d'impression et de persistance d'un message publicitaire auprès du public.

ISBN
Acronyme de *International Standard Book Number* (code international standard pour les livres). Le numéro ISBN, attribué à chaque éditeur, doit être imprimé sur tout ouvrage publié. (Voir **ISSN**)

ISDN
Acronyme de *Integrated Services Digital Network*.
RNIS (Réseau Numérique à Intégration de Services).
Standard international du réseau de communication numérique, qui permet la transmission de la voix, des textes, des images et des données avec une haute fidélité et une vitesse supérieure à celles des lignes téléphoniques analogiques traditionnelles.

ISO
Acronyme de *International Standard Organization*.
Organisation internationale de normalisation.
L'appellation ISO 9000 fait référence à cinq normes internationales. La norme ISO 9000-1 fournit les lignes directrices en matière d'assurance qualité ; les trois autres (ISO 9001, ISO 9002 et ISO 9003) servent de référentiels pour la certification des systèmes qualité d'entreprises, sanctionnée par un certificat délivré par des organismes agréés. Tandis que la norme ISO 9004 est utilisée pour la gestion interne de la qualité, les ISO 9001, 9002 et 9003 se réfèrent à l'assurance externe de la qualité en situations contractuelles (relations client-fournisseur). Aux États-Unis, la norme ISO 9001 est appelée ANSI/ASQC Q 91-1987; en Espagne UNE 66901; en Suède SS-ISO 9001; en Italie UNI EN 29001.

ISSN
Acronyme de *International Standard Serial Number* (numéro international codé pour les publications périodiques). Le numéro ISSN, attribué à chaque éditeur, doit être imprimé sur chaque revue publiée. (Voir **ISBN**)

Italique
Caractère d'imprimerie *incliné à droite*. Les programmes de photocomposition modernes sont capables de rendre en italique toute police en romain avec le degré d'inclinaison désiré. Il est à noter, cependant, que les grands typographes créateurs d'alphabets prévoient tous une police spéciale pour la réalisation de la version italique. La déformation de certaines lettres (notamment l'inclinaison à droite), si elle est aisément réalisable, n'est toutefois pas toujours esthétiquement acceptable.

Jj

Johnson box
Encadré rectangulaire contenant une mention et se trouvant généralement au début d'une lettre de promotion.

Justification
Largeur d'une ligne ou d'une colonne photocomposée, mesurée en picas ou en cicéros ou, plus fréquemment, en millimètres.

Kk

Know-how
Littéralement : *savoir comment*. Emprunt de l'anglais à la place de “savoir-faire”, d'expérience technique et



pratique. Il désigne la maîtrise professionnelle en général, mais également les techniques et les systèmes technologiques d'une entreprise.

Ll

Layout
Projet d'imprimé, le plus souvent au marqueur, (Voir **Rough**) et, plus généralement, disposition graphique des différents éléments (titres, texte, images, etc.) d'un prospectus, d'une affiche, d'un logo, etc. (Voir **Maquette** et **Mise en pages**)

Leaflet
Prospectus, document publicitaire formé d'une seule feuille de papier.

Lecteur optique
Scanner permettant de lire automatiquement un texte et de le saisir orthographiquement par un procédé de reconnaissance optique des caractères tapés ou imprimés sur une feuille de papier. (Voir **OCR**)

Lettering
Art de bien choisir les caractères en composition. Même le body copy devient ainsi un élément graphique essentiel dans l'économie esthétique de la page imprimée. Les paramètres de sélection des polices relèvent du goût et du savoir-faire du typographiste qui, par ailleurs, fonde son choix professionnel sur trois critères fondamentaux : la lisibilité, l'homogénéité du caractère avec l'objet du copy et, bien sûr, la disponibilité d'une vaste gamme de polices (désormais, l'on propose en catalogue des typothèques de plus de 1.200 polices).

Lettre personnalisée
Malgré son nom, il s'agit d'une lettre standard, mais elle contient des emplacements destinés à accueillir certains éléments propres à chaque prospect (nom, adresse, profession, etc.).

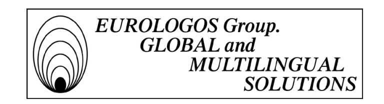
Lettrine
Première lettre d'une page, d'un chapitre, d'un paragraphe que l'on compose avec un corps (et une graisse) supérieur à celui du texte afin d'illustrer typographiquement la page. Il a été démontré que l'utilisation d'une lettrine augmente jusqu'à 15 % le taux de lecture de la page. Les moines copistes du moyen âge connaissaient déjà fort bien ce principe. Ils nous ont d'ailleurs livré les plus belles lettrines ornées jamais dessinées (enluminures).

Ligne orpheline (ou boiteuse ou creuse)
Fraction de ligne de fin d'alinéa tombant au début d'une page (colonne), pour laquelle un remaniement de la photocomposition ou du texte s'impose.

Ligne veuve
Première ligne d'un paragraphe qui tombe à la fin d'une page (colonne) et pour laquelle, comme pour la ligne creuse, un remaniement de la photocomposition ou du texte s'impose.

Lingua franca
Il s'agit d'un langage mixte assez rudimentaire constitué de structures et de lexiques appartenant à plusieurs langues. On la rencontrait généralement dans les communautés plurilingues des villes portuaires. Appelée également *Sabir* ou, en langue anglaise, *Pidgin*.

Lipping
De *lip*, la lèvre, se dit du doublage de films synchronisé par rapport aux mouvements des lèvres. La traduction des textes pour le lipping diffère de celle pour les sous-titres. Ces derniers sont en effet liés à la segmentation des séquences visuelles plus qu'à l'articulation labiale.



Litote
Figure rhétorique de l'allusion fondée sur la négation du contraire de ce que l'on veut dire : *C'est pas mal; va, je ne te hais point* (Pierre Corneille).

Littéralité
Forme traductive consistant à réaliser une version très proche de la morphologie et de la structure de la langue-source. À ne pas confondre avec la traduction mot à mot ou avec le calque. La traduction littérale, en effet, est une restitution à la fois très fidèle au texte de départ et stylistiquement irréprochable par rapport à la langue d'arrivée.
Malgré le lieu commun qui la considère comme une mauvaise traduction, la traduction littérale est la plus adaptée pour les textes techniques et commerciaux. (Voir **Calque**)

Localisation
En anglais : *localisation* ou *localization* (orthographe américaine).
La localisation consiste en l'adaptation d'un logiciel informatique en vue de sa commercialisation sur un marché international spécifique. Ce processus, à la fois simple et complexe, comprend la traduction de l'interface utilisateur, le redimensionnement des boîtes de dialogue, la particularisation des caractéristiques (si nécessaire) et le contrôle des résultats afin de s'assurer que le programme tourne toujours parfaitement.

Logiciel
Programme informatique (*software*). En PAO et en photocomposition, il désigne le programme typographique d'illustration, de scannage, de communication, d'intégration et de traitement de texte. Citons Quark XPress, PageMaker (Macintosh + MS-DOS), FreeHand, Illustrator, Photoshop, Streamline, MacPaint, MacLink Plus, MS Word, WordPerfect, etc.

Log-in
Nom et mot de passe utilisés pour accéder à un système multi-utilisateurs (Internet par exemple).

Logo
Abréviation de *logotype*. Dessin emblématique (d'une entreprise) qui, souvent, contient dans son unité graphique le nom en abrégé ou in extenso de sa marque. Exemple : la pomme d'Apple ou le logo d'IBM en lignes horizontales.

Logophobie
Peur de parler en public. C'est une raison typique pour laquelle un interprète potentiel se tourne vers la traduction.

Mm

Mailbox
Boîte aux lettres pour le trafic Internet E-mail.

Mailing
Offre commerciale sous forme de courrier. Les mailings ou publipostages constituent l'activité centrale du marketing direct. Généralement, ils sont composés d'une enveloppe porteuse, d'une lettre commerciale, d'un dépliant ou d'un catalogue et enfin, d'une carte-réponse.

Mainframe
Ordinateur exploité par plusieurs utilisateurs qui y accèdent via un terminal.

Maquette
Projet d'un imprimé (voir **Layout**) prêt à être reproduit (caméra ou scanner en photogravure) et réalisé avec les montages des textes photocomposés, des photos et des illustrations. (Voir **Définitif**)

Marketing
Coordination des activités et des études qui visent à identifier, anticiper et satisfaire les besoins des consommateurs



afin de rentabiliser au maximum le capital engagé par l'entreprise et d'offrir ainsi les meilleurs produits au prix de consommation optimal. La notion de marketing couvre de nombreuses activités, de la conception d'un produit jusqu'au service après-vente. **Marketing mix** : combinaison des facteurs qui interviennent dans la commercialisation d'un produit (prix, conditionnement, publicité, distribution, promotion, DM, PR, etc.).

Mastering
Ensemble des activités techniques qui permettent l'enregistrement de la matrice (analogique ou numérique) d'un audiovisuel (master). Elles mettent en œuvre des équipements acoustiques et/ou vidéo mixés en studio. Après le montage et le doublage, le master est utilisé pour la duplication de cassettes, CD et CD-I (le publishing). (Voir **Éditing**, **Doublage**, **Lipping** et **Publishing**)

Métalangue
En critique linguistique, elle permet de parler de la langue au moyen d'un langage technique dit de service. Le jugement de la qualité d'un texte n'est pas possible sans métalangue, sans glossaire spécialisé à même de désigner avec une certaine précision les structures, la morphologie et les termes analysés. La réalisation de ce glossaire interdisciplinaire est finalisée à la fourniture d'une métalangue professionnelle.

Métaphore
Figure rhétorique fondée sur la présentation d'une analogie par rapport à ce que l'on veut dire : *Cette loi est la porte ouverte à tous les abus.*

Métonymie
Figure rhétorique fondée sur la substitution d'un mot par un autre à l'intérieur d'une relation conceptuelle de pertinence (dans laquelle la cause remplace l'effet, le contenant le contenu, etc.) : *C'est une très bonne fourchette. Il boit un verre*.

Mise en pages
Disposition et proportionnalité des éléments graphiques, photographiques et textuels dans une page. (Voir ***Montage***, ***Layout*** et ***Point riche***)

Modem
Acronyme de *MOdulator DEModulator*. Dispositif permettant la transmission de données par ligne téléphonique. Les informations numériques provenant de l'ordinateur sont transformées en signaux modulés qui sont transmis par ligne téléphonique.

Monosémie
Caractéristique d'un énoncé ou d'un mot de ne présenter qu'une seule signification. Par opposition à *Polysémie*.

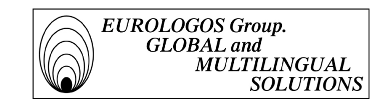
Montage
Positionnement et collage de tous les éléments constituant le définitif. Mise au net des documents.

Motivations
Raisons psychologiques qui poussent les individus à agir ou à ne pas agir (désir, prestige, peur, etc.) par rapport à une proposition marketing. (Voir **AIDA**)

Mot-omnibus
Il s'agit d'un mot fourre-tout que l'on ne peut comprendre qu'à partir du contexte : *Passe-moi ce truc, s'il te plaît.*

Multimédia
Le multimédia constitue la caractéristique des productions linguistiques éditées sur plusieurs supports (audio, vidéo, print).

Multinationalisation
Puisque la mondialisation est un phénomène (heureusement) irréversible, une grande partie des entreprises, même parmi les plus petites, ne peut pas se passer d'assumer des dimensions internationales, soit en exportant ses produits ou services, soit en multipliant ses sièges internationaux. Les entreprises qui produisent des services multilingues ont une vocation multinationale par définition. Dans le cas contraire, elles risquent de rester en marge, faute d'inadaptation intrinsèque (et obsolète) : rien n'est plus absurde que de produire un dépliant chinois à Rome ou un



site web en espagnol à Berlin. La multinationalisation de la production des services linguistiques devient donc indispensable et incontournable : Eurologos s'y est acheminée à partir de l'ère d'Internet.

Nn

Négatif
Copie photographique d'un original dont on obtient l'inversion des valeurs (noir au blanc et vice versa).

Néographisme
Orthographe déformée d'un mot qui ne provoque pas de changements dans la prononciation : *Hénaurme rassemblement de motos. Vous auriez pas des bloudjinnzes ?* (Raymond Queneau)

Néologie
Plusieurs milliers de mots voient le jour tous les lustres dans toutes les langues. Dans une moindre mesure, mais considérablement, on peut également en constater la disparition de l'usage. La langue évolue plus qu'on le ne pense. La néologie est donc l'art de créer de nouveaux mots. Et, comme on ne peut pas inventer de nouvelles expressions sans règles philologiques, la création de nouveaux mots techniques idiomatiques doit être assurée par des spécialistes. Surtout s'il s'agit de mots multilingues d'usage technique ou de marques internationales de produits ou d'entreprise (néologie industrielle), Eurologos assure pour ses clients ce type de service depuis les années 80.

Néologisme
Naissance d'un nouveau mot ou emprunt à une langue étrangère.

Notes
On distingue les notes marginales, situées à côté de la colonne, et les notes en pied, placées en bas de page ou au pied de la colonne.

Notoriété
Faculté d'une marque de se faire reconnaître par le public. *Notoriété assistée* **:** reconnaissance de la marque dans une liste contenant la marque en question. *Notoriété spontanée* : mention spontanée de la marque lors de l'évocation de l'univers du produit en question.

Oo

OCR
Acronyme de *Optical Character Recognition* (Reconnaissance optique des caractères). (Voir **Lecteur optique**)

Offset
Type d'impression le plus répandu. Il s'agit d'un procédé technique fondé sur le transfert de l'impression sur le papier par le biais d'un rouleau en caoutchouc après qu'il est passé sur la plaque d'impression.

Onomatopée
Mot orthographié de façon à exprimer fidèlement le bruit ou des exclamations humaines : *WAW, BANG, TIC-TAC.*
Attention, il n'est pas rare qu'une onomatopée doive être traduite : *COCORICO* devient en anglais, *COCK-A-DOODLE-DOO*, en italien *CHICCHIRICHÌ*, en néerlandais *KUKELEKU*, en espagnol *QUIQUIRIQUI* et en allemand *KIKERIKI*.

Oreille
Coins de droite et de gauche de la une d'une publication (journal, périodique, house organ, ...) dans lesquels on



imprime des titres d'articles figurant dans les pages intérieures.

Overclaim
Excès de promesse dans un message. L'overclaim systématique des bureaux de traduction “boîtes aux lettres” (qu'on rencontre encore trop souvent) a beaucoup nui à l'image des bureaux de traduction.

Oxymore
Figure rhétorique produite par le rapprochement de deux mots qui sont évidemment ou apparemment incompatibles : *Un silence tonitruant. Une belle laideur*.

Ozalid
Épreuve sur papier diapo des films montés pour le bon à graver des plaques d'impression.

Pp

PAO
Acronyme de *Publication Assistée par Ordinateur*. (Voir **Desktop Publishing**)

Paralogisme
Raisonnement mal construit bien que de bonne foi.

Paronyme
Mot ou séquence de mots ayant une forme orthographique proche mais une signification différente : *Collusion* et *Collision*. *Traduttore* et *Traditore*.

Password
Mot de passe.
Code réservé permettant à un opérateur d'accéder à un ordinateur, à un réseau ou à un programme.

Pavé
Composition, souvent encadrée, prête à être intégrée dans une mise en pages.

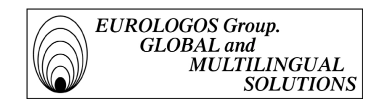
Pay off
Brève phrase de conclusion d'une annonce - vidéo ou imprimée - que l'on place au-dessus ou au-dessous de la marque. Souvent, le pay off constitue le complément du logo et résume l'activité et le positionnement de l'entreprise. (voir **Assise**)

Personnification
Figure rhétorique permettant de transformer un être inanimé ou abstrait en une personne réelle : *L'histoire lui déroulera un tapis rouge*.

Photocomposition
Composition typographique froide (à l'opposé de la composition dite chaude des anciens caractères en plomb) réalisée par l'insolation optique ou électronique. Les photocomposeuses, mêmes celles de la troisième génération, ont été désormais remplacées aussi bien par les récents traitements de texte (qui disposent de centaines de polices) que par les systèmes de mise en pages Postscript.

Photogravure
Phase relative à la préparation de la sélection des couleurs, des films et des plaques d'impression à partir des documents définitifs préparés par le studio graphique après la mise en pages et la mise au net.

Pictogramme
Dessin stylisé reproduisant le contenu d'un message sans référence à la langue.



Pidgin
Voir **Lingua franca**.

Pixel
Terme dérivé de *Picture Element* (élément d'image). Il constitue la plus petite unité graphique d'une image.

Point
Point typographique. (Voir **Didot**)

Point riche
Se dit du point de première attraction de l'œil sur une page. Lors de la mise en pages, il faut tenir compte du fait que le point riche est généralement situé dans la partie supérieure gauche de la page.

Points de coupe
Se dit couramment des quatre points délimitant les lignes de coupe d'un imprimé. Quatre hirondelles (Voir **Traits de coupe**) sont marquées sur le film ou le bromure pour en déterminer la parfaite localisation. Elles sont tournées vers l'extérieur de la coupe et dépourvues d'angles afin d'éviter d'en faire apparaître des traces à l'impression.

Police
Ensemble de signes (majuscules et minuscules) alphanumériques et graphiques appartenant à la même typologie typographique. Par exemple, la police de caractère que vous êtes en train de lire est appelée Sabon.

Polysémie
Propriété d'un mot ou d'un énoncé de produire plusieurs significations. (Voir **Monosémie**)

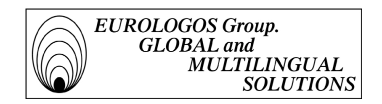
Positionnement
Situation ou perception d'une marque, d'un produit ou d'une entreprise par rapport aux autres marques/produits du même univers ou d'une société concurrente.

PostScript
Nom du langage informatique de description de page développé par la société américaine ADOBE pour la reproduction sur imprimantes et photocomposeuses laser de documents constitués aussi bien de textes que d'images. L'impression se fera avec la définition de l'imprimante ou de l'insoleuse (de 300 à 3.000 dpi). Le PostScript est désormais la norme PAO la plus diffusée.

Pre-press
Voir **Prépresse**.

Prépresse
Désigne toutes les opérations conceptuelles, graphiques et techniques nécessaires à l'impression et au façonnage. L'entreprise de prépresse fournit les films ou les bromures prêts à être imprimés. Il est à remarquer qu'une partie de la profession utilise la graphie "pré-presse". La règle grammaticale veut, en revanche, que le mot soit écrit sans trait d'union. De surcroît, plusieurs dictionnaires renseignent ce terme en un seul mot. On pourrait trouver l'origine de cette incertitude orthographique dans la définition anglaise *pre-press*, indiquant les différentes phases préparatoires du document à imprimer (de la rédaction à la traduction et à la mise en pages). Récemment, un autre mot anglais a fait son entrée dans le jargon professionnel : le *pre-pre-press*, qui désigne toutes les opérations d'encodage informatique sur une disquette comportant du texte destiné à être photocomposé, via transcodage, par exemple. Par ailleurs, l'incertitude demeure même en anglais, où l'on utilise également le mot *pre-print*. Celui-ci semble rencontrer moins de fortune dans l'usage que son "cadet" *pre-press*, malgré sa symétrie due à son ancienne opposition à *after-print*, qui désigne toutes les opérations de façonnage après l'impression. Il est un autre problème que nous avons du mal à considérer comme exclusivement linguistique; doit-on dire *la prépresse*, comme certains de nos confrères ont tendance à le faire, ou *le prépresse* ? En l'occurrence, nous préférons - et de loin - le genre masculin, d'un point de vue tout d'abord strictement phonétique, mais également sémantique et symbolique : le genre masculin, en effet, aide "le prépresse" à mieux exprimer ses distances par rapport à "la presse".

Présentatif
Forme syntaxique qui permet de mettre en évidence une partie de la phrase : *Voilà le document dont je vous parlais hier. C'est à Bruxelles que je vais.*



Progiciel
Ensemble intégré de logiciels conçus en package, comme le PageMaker ou le Ventura. (Voir **Logiciel**)

Provider
Entreprise qui fournit un service d'accès à Internet, moyennant la liaison avec un *host* du réseau. (Voir **Internet**)

Psychographie
Description et analyse du profil psychologique et comportemental d'un individu ou d'un groupe de consommateurs.

Publicité institutionnelle
Publicité ne visant pas directement à stimuler la vente mais à créer ou à développer l'image de la société.

Publicité rédactionnelle
Publicité informative ressemblant à un article rédactionnel du support. Appelée également publireportage.

Publipostage
Publicité directe par correspondance consistant, pour l'annonceur, à envoyer directement par la poste, aux clients potentiels qu'il a sélectionnés, des documents publicitaires et rédactionnels. (Voir **Mailing**)

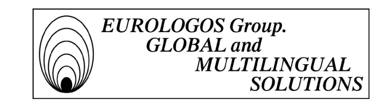
Publishing
Ensemble de toutes les activités liées à la publication de matériel promotionnel par une entreprise ou par une institution sur différents supports (papier, cassettes, CD, Web site, etc.). On parle de publishing multimédia pour désigner des publications intégrées ou de divers types. Le publishing comprend ainsi le mastering (l'enregistrement audiovisuel à partir duquel on procède aux duplications de cassettes ou de CD), le prépresse (l'illustration et la mise en pages sur desktop publishing jusqu'aux films) et l'éditing, c'est-à-dire toutes les opérations d'écriture (copywriting, rewriting et script) qui précèdent la mise en pages, les prises de vue et les enregistrements sonores. Le terme publishing est souvent utilisé comme synonyme d'éditing, même si ce dernier a une acception plus restrictive. (Voir **Éditing**)

Qq

Quadrichromie
Impression couleur obtenue en décomposant les couleurs d'une illustration dans les trois couleurs primaires : jaune, rouge (magenta) et bleu (cyan). La quatrième couleur est constituée par le noir. La sélection des quatre couleurs (photogravure) se fait automatiquement par scanner.

Qualité (linguistique)
Ensemble des caractéristiques d'un produit ou d'un service qui sont vantées et réellement vendues. Pour mériter l'appellation “de qualité”, il faut qu'il y ait correspondance entre les promesses de vente et la réalité achetée. Une petite voiture économique peut s'avérer “de qualité” si les caractéristiques annoncées correspondent à ses prestations réelles, tandis qu'une limousine pourrait ne pas être “de qualité”, malgré son prix très élevé, si ses prestations ne correspondaient pas à celles indiquées, par exemple, dans la publicité. En traduction, la qualité linguistique est liée aux différents niveaux d'acceptabilité contractualisés au moment de la commande entre donneur d'ordre et prestataire de services linguistiques. Eurologos propose trois niveaux de qualité en matière de traduction : la “qualité-traduction” (niveau sémantique et syntaxique), la “qualité-adaptation” (niveau géo et sociostylistique) et la “qualité- éditing” (niveau “zéro défaut” en publishing final). (Voir **Excellence**, **ISO** et **Overclaim**)

Quatre A
Anecdote, Affectivité, Argent, Agression. Formule rédactionnelle du copywriting particulièrement utilisée en marketing direct et, notamment, dans le publipostage.



Quiproquo
Du latin *qui pro quo* (une chose à la place de l'autre), indique une situation présentant deux sens différents. (Voir **Amphibologie**)

Rr

Rainure
Opération de traçage d'un papier (souvent une carte-réponse ou un coupon) pour en faciliter la découpe manuelle.

RAM
Acronyme de *Random Access Memory* (Mémoire vive d'un ordinateur). À ne pas confondre avec ROM (*Read Only Memory*) qui concerne la mémoire de la lecture uniquement.

Recommandation
Ensemble des conseils d'ordre marketing et créatif donnés par l'agence de publicité ou de marketing direct à l'annonceur avant la campagne proprement dite. On appelle également recommandation celle que le bureau de traduction remet au client (ou vice versa) avant d'entamer un projet multilingue.

Recto
Première face d'un feuillet correspondant à la page de droite (impaire) d'une publication. (Voir **Verso**)

Rédaction
La communication moderne, même celle orale, est toujours redevable de sa préparation écrite, la rédaction. Souvent, elle est définie par l'expression conception-rédaction, nom composé indiquant les deux fonctions principales de l'écriture : l'idéation et la composition. Chez Eurologos, la rédaction se réalise souvent sur la base d'un "briefing" du client afin de préparer une brochure, un dépliant, un article, un rapport ou un journal d'entreprise. Les textes ainsi produits, sont ensuite traduits par nos traducteurs, terminologues et réviseurs. Et, souvent, sont même mis en pages et illustrés par nos infographistes qui contrôlent également l'impression et le façonnage. Par ailleurs, il n'est pas rare que la rédaction (ou la réécriture) soit finalisée pour la préparation des sites web que nos web designers et nos webmasters localisent sur Internet.

Repiquage
Deuxième passage d'un imprimé sous la presse destiné à ajouter un nouveau texte ou une nouvelle image.

Reprographie
Reproduction de documents grâce à l'utilisation de systèmes optiques d'agrandissement et de réduction directement à partir des originaux. (Voir **Banc de reproduction**)

Réserve
Partie d'une page photocomposée destinée à être occupée par un dessin, une photo couleur ou un simili.

Résolution
La résolution indique le nombre de pixels par unité de longueur et se mesure en dpi. (Voir **Pixel**)

Révision
Opération de relecture, de contrôle et de correction qu'un traducteur réalise sur un texte traduit par, généralement, un autre traducteur. Il faut remarquer que la langue d'arrivée doit être la langue maternelle des deux traducteurs. Il est généralement nécessaire que les éventuelles corrections apportées au texte soient introduites par le premier traducteur afin de permettre à ce dernier de contrôler, à son tour, l'exactitude et la pertinence de l'intervention du réviseur. Le réviseur peut lui aussi se tromper ! Ce double contrôle est généralement soutenu par la naturelle et bien connue jalousie du premier traducteur. Celui-ci n'introduira les corrections que si elles sont vraiment appropriées, terminologiquement précises et stylistiquement justifiées. Pour des textes à publier, les révisions peuvent être



multiples : réalisées de la part d'un technicien (pour la terminologie), de la part d'un copywriter au moins bilingue (pour la fidélité de la restitution et du style) et de la part d'un coordinateur linguistique (pour l'homogénéité).

Rewriting
Réécriture d'un texte par un copywriter dans les règles de l'art. Cette opération devrait être réalisée bien plus fréquemment qu'on ne le fait usuellement. Souvent, des techniciens sont impliqués dans la rédaction des textes en raison de leurs connaissances spécifiques des matières à traiter. Cependant, les textes techniques clairement exposés et suffisamment travaillés d'un point de vue publicitaire sont plutôt rares. Si l'on considère que ces textes sont presque toujours traduits et adaptés en d'autres langues, on peut aisément évaluer l'importance stratégique d'un bon rewriting pour l'image de marque de l'entreprise. (Voir **Traduisibilité**)

Rhétorique
Structuration logique et esthétique du discours. Dans la rhétorique ancienne, on comptait trois parties principales : l'*inventio* (l'invention), la *dispositio* (la composition) et l'*elocutio* (le style). L'art de bien écrire, malgré l'abandon presque total des deux premières parties, demeure l'objectif de tout enseignement linguistique. Aujourd'hui, on a tendance à considérer que la rhétorique n'est constituée que par la stylistique.

Rognage
Opération finale dans le façonnage : coupe des bords d'un ouvrage.

Romain
Par opposition à l'italique, se dit de tous les caractères droits.

Rough
Dessin préliminaire rapide d'un document avec esquisse des illustrations, titres et textes à présenter au client pour sa première approbation.

Ss

Sabir
Voir **Lingua franca**.

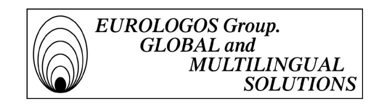
Scanner
Équipement de photogravure capable de sélectionner électroniquement et de séparer sur quatre films les quatre couleurs primaires (magenta, cyan, jaune et noir) d'un document. En PAO, les différents scanners réalisent la saisie électronique des images en noir et blanc et en couleur. Celles-ci sont généralement intégrées dans la composition typographique directement sur écran.

Segmentation
Découpage d'une population ou d'un fichier en fonction de certains critères (généralement socioculturels et économiques).

Self mailer
Mailing distribué ou autodistribué sans enveloppe (généralement sur le lieu de vente).

Sémantique
En linguistique, étude du sens dans la phrase et dans son contexte. La fidélité sémantique en traduction constitue la restitution totale (ni plus, ni moins) des connotations du texte de départ dans le texte d'arrivée.

Sémiologie
Science qui étudie la signification et la codification des signes. En publicité et en marketing, elle permet d'étudier, par exemple, la capacité d'expression et de signification d'un message ou d'une action.



Sémiométrie
Étude de marché ayant pour objectif d'analyser les rapports culturels et sémiotiques entre un produit et ses consommateurs.

Shadow
Littéralement : *ombre*. Elle est employée sur les polices de caractères pour obtenir un effet esthétique ou pour mettre en évidence le texte sur un fond peu contrasté.

Signe
Unité minimale de la composition, correspondant à la représentation d'un espace typographique. Particulièrement important pour la définition de l'élément de base du prix de la composition, qui se calcule par mille signes (prix par mille).

Simili
Tramage d'une photo ou d'une image en demi-ton pour l'impression en choisissant une densité de trame allant de ± 75 lignes (pour les reproductions papier journal) à ± 170 lignes (pour les reproductions haute définition sur couché).

Software
Logiciel qui, en DTP, désigne le programme typographique d'illustration, d'intégration et de traitement de texte. Citons les logiciels Quark X-Press, PageMaker (Macintosh + MS-DOS), Freehand, Illustrator, Photoshop, Streamline, MacPoint, MaclinkPlus, MS-Word, WordPerfect, Interleaf, Windows, OSZ, etc.

Solécisme
Il s'agit d'une faute syntaxique qui se différencie du barbarisme (faute généralement commise par un étranger) par le respect apparent des règles grammaticales : *Si je lui aurais dit, il aurait compris*.

Stratification
Technique consistant à représenter la population comme une série de couches successives définies en fonction de critères sociologiques, économiques, culturels, etc.

Style-sheet
Littéralement : *feuille de style*. Page sur laquelle sont définies les caractéristiques fondamentales du typographisme et du style graphique d'une publication. Cette définition rend possible l'homogénéité de différentes publications par rapport au style maison d'une entreprise ou d'une institution.

Surfing
Recherche continue sur Internet, comparable au zapping télévisuel.

Synecdoque
Figure rhétorique qui permet d'exprimer une idée avec un mot dont le signifié est en rapport quantitatif avec elle (la partie pour le tout, le singulier pour le pluriel, le genre pour l'espèce, etc.). *Il était le Rockfeller des épiciers*.

Synonyme
Sont dénommés synonymes les noms, les adjectifs, les adverbes, les verbes et toutes autres expressions interchangeables sans modifier le sens de la proposition. Se dit également de deux propositions : elles sont dans ce cas synonymiques.

Syntagme
Il s'agit de l'ensemble de deux ou plusieurs unités linguistiques. Voici le découpage syntagmatique de cette dernière phrase : *Il s'agit/de l'ensemble de/deux ou plusieurs unités linguistiques*.

SyQuest
Disque dur amovible sur lequel peuvent être enregistrées des quantités considérables de données informatiques (images et textes) pour être conservées à des fins d'archivage ou en vue de faciliter leur transport (existe en 44, 88 et 200 Mb).



Tt

Teaser
Accroche et/ou dispositif graphique destiné à intriguer le lecteur pour mieux le satisfaire par une deuxième page ou une annonce ultérieure qui donne l'explication et assouvit la curiosité ainsi éveillée.

Technème
Expression minimale appartenant à une phraséologie technique.

Technolecte
Le technolecte est contenu - comme sous-ensemble - dans le sociostyle (langage et terminologie d'une activité, d'une entreprise). Jargon professionnel caractérisé par des expressions lexicales à caractère scientifique ou technique.

Télétravail
Activité professionnelle réalisée à domicile, et non sur le lieu de travail traditionnel, grâce aux développements de la télématique. Le télétravail est très répandu dans certains secteurs, notamment parmi les traducteurs et les graphistes.

Terminologie grise
Termes ou expressions idiomatiques faisant partie de phraséologies - souvent propres à une entreprise - qui n'ont pas été publiées.

Territoire de communication
Dimension et champ relationnels impliquant une technique de communication spécifique. Univers de marché défini de façon subjective dans lequel - généralement - la publicité agit pour l'image d'une marque et le marketing direct opère pour sa promotion.

Titraille
Ensemble des titres, des sous-titres et des intertitres d'une composition.

Titre
Outre les intertitres et les sous-titres (voir **Titraille**), on dénombre le *titre à cheval*, le *titre courant*, le ***titre courant en tête*** et le *titre courant en pied*. Le titre à cheval s'interpose transversalement sur plusieurs colonnes en les coupant horizontalement. Le titre courant est le titre répétant à chaque page celui de la publication. Le titre courant en tête et le titre courant en pied désignent les titres des sections ou des chapitres auxquels la page fait référence.

Traduction
Transposition écrite d'un énoncé à partir d'une langue vers une autre langue. L'objectif de la traduction est de restituer dans la proposition de la langue-cible les éléments sémantiques, morphologiques et stylistiques présents dans la proposition de la langue-source. La traduction se différencie donc radicalement du calque (traduction mot à mot) et de l'interprétation (traduction orale). Tandis que le calque se préoccupe d'une improbable fidélité morphologique sans style et sémantiquement aléatoire, l'interprétation a pour objectif une restitution globale, équilibrée et immédiatement efficace, propre à la langue parlée. La traduction se différencie également de l'adaptation publicitaire (elle aussi écrite) qui exige une totale performance sur le plan stylistique - notamment géo- et sociostylistique - même si l'écart morphologique se révèle très important. Le risque étant que cet écart entraîne une divergence également marquée sur le plan sémantique, donc sur l'axe et le concept du message publicitaire à adapter. (Voir **Acceptabilité**, **Adaptation**, **Archilecture**, **Calque**, **Interprétation** et **Littéralité**)

Traduction à vue
Traduction orale réalisée en lisant directement un texte écrit dans une autre langue. La traduction à vue est généralement assurée par des interprètes lors de réunions multilingues.

Traductologie
La traductologie est définie par Antoine Berman comme "*la réflexion de la traduction sur elle-même à partir de sa nature d'expérience*". Les investissements considérables que le groupe Eurologos consacre chaque année en traductologie (terminologie, livres et manuels professionnels) sont plutôt concentrés sur la traductologie appliquée. En effet, la recherche en traductologie fondamentale est déjà très avancée. Elle est assurée remarquablement depuis



au moins les années 50 par de nombreux professeurs d'universités, souvent émérites.

Traduisibilité
Tout texte peut être traduit vers n'importe quelle langue. Le principe des universaux le permet depuis toujours. En éditing multilingue, cependant, la traduisibilité définit l'acceptabilité d'un texte à être traduit aisément en plusieurs langues grâce à sa parfaite intelligibilité sur le plan rhétorique et grâce à la caractéristique cosmopolite (voire universelle) de ses tropes.

Trait
Se dit d'un travail qui ne présente pas de demi-ton et qu'on peut par conséquent reproduire sans tramage.

Traitement de texte
Procédé informatique de dactylographie (en anglais *word processing*), développé surtout dans les années 80 et devenu usuel depuis. Il est fondé sur le principe de l'impression différée de la frappe réalisée au clavier. Celle-ci est dénommée encodage car toutes les informations graphiques et textuelles sont mémorisées et stockées après avoir été informatisées.

Traits de coupe
Marques de repérage (*hirondelles*) que l'on insère dans la photocomposition pour la coupe du papier après impression. (Voir **Point de coupe**)

Trame
Film qui, placé contre une surface sensible (bromure ou film) dans un banc de reproduction, permet de décomposer l'image en demi-ton, en points noirs et blancs afin de l'imprimer sans bouchages. Le degré de finesse de restitution de l'image sera directement proportionnel au nombre de points ou de lignes par cm (ou par pouce) de la trame. Par ailleurs, on utilise également plusieurs types de trames spéciales (à texture) pour réaliser tous les effets graphiques les plus courants. (Voir **Simili**)

Translation Memory System
La création des technolectes de secteurs ou d'entreprise exigent l'utilisation des modernes logiciels terminologiques et phraséologiques appelés "Tranlation Memory Systems". Il s'agit de programmes qui permettent à la fois de stocker les glossaires des clients rigoureusement vérifiés et approuvés par ces derniers, que d'emmagasiner un maximum de textes multilingues. En effet, tous les textes servant de cible sont archivés et décomposés en segments compilés dans des sortes de dictionnaires géants. Tant d'un point de vue terminologique que phraséologique, nous intégrons continuellement ces dictionnaires car plus nous traduisons pour un client et plus nos mémoires de traduction s'enrichissent de savoir-faire linguistique spécifique. Ainsi, tous réalisent un gain de temps, de précision et, évidemment, d'argent.

Trope
Du grec *tropos* (manière, changement) indique la mutation de sens. Toutes les figures rhétoriques sont des tropes.

Type imager
Définition anglo-saxonne de l'opérateur graphiste de l'ère du PostScript. (Voir **Typographiste**)

Typographiste
Néologisme dérivé de la combinaison de "typographe" et de "graphiste".
Particulièrement indiqué pour définir les compétences professionnelles de l'opérateur PAO à l'ère du Postscript. (Voir **Type imager**)

Typomètre
C'était, avec le compte-fils, l'outil inséparable du typographiste. Instrument de mesure typographique pour la détermination des corps, des interlignes, des justifications (calibrage) ainsi que pour la transposition d'une échelle à l'autre (système didot ou pica, système décimal et mesures anglaises). La PAO l'a rendu désuet.

Typothèque
Ensemble des polices de caractères dont dispose un fabricant ou un utilisateur de photocomposition.



Uu

Universaux
Dans toutes les langues naturelles, il est possible de trouver les structures communes de correspondance d'un énoncé, même si leur morphologie est très différente. Les linguistes ont appelé ces correspondances des "universaux".

Unix (Uniplexed Information and Computer Service)
Système d'exploitation multitâche et multi-utilisateur pouvant équiper toute la gamme des ordinateurs (depuis les micros et jusqu'aux gros systèmes).

Usage
La langue d'usage, en dépit des dictionnaires et des règles établies par des savants grammairiens, demeure toujours le référent principal de tout écrivain.

Vv

Value marketing
Marketing de la valeur. À la fin des années 80, d'abord aux USA mais rapidement aussi en Europe, le concept de marketing de la valeur a pris dans la stratégie publicitaire et commerciale une place sans cesse croissante. Du marketing de masse et du marketing dit de l'apparence, propres aux années 70-80, on est passé au marketing individualisé et de la valeur. Les consommateurs continuent à rêver mais la calculette à la main et les yeux grands ouverts sur la valeur réelle des produits. On veut, avant tout, "en avoir pour son argent". Les consommateurs sont en train de devenir des acheteurs futés. Ils continuent à aimer la publicité de rêve, à condition qu'elle soit informative et accompagnée... de promotions intéressantes. Mais, surtout, ils aiment le juste prix. Plus moyen de les tromper facilement avec des pseudo-valeurs : ils demandent des garanties, des cartes de fidélité, des numéros verts ! On pourrait même appeler le *value marketing* le marketing de la plus-valeur : la qualité est difficilement surpayée et le client obtient plus de valeur qu'auparavant lorsqu'il achète un produit.

Verbatim
Relevé sténographique des propos particulièrement significatifs de certains interviewés.

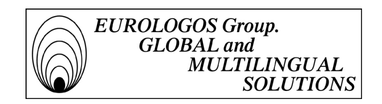
Verso
Deuxième face d'un feuillet correspondant à la page de gauche (paire) d'une publication. (Voir **Recto**)

Vignette
Petit dessin (en anglais *clip art*) utilisé dans les textes photocomposés avec fonction ornementale, explicative et/ou illustrative.

Visual preview
Dispositif de visualisation en dimensions réelles sur écran des lettres et des images qu'une photocomposeuse pourra flasher. (Voir **WYSIWYG**)

Ww

Web Site Publishing
Conception, réalisation et fourniture d'un hypertexte illustré et en couleur prêt à être installé sur Internet. Les Web sites constituent de plus en plus des instruments de publicité dont l'industrie et le commerce ont besoin. À l'instar de



toute annonce publicitaire, les Web sites sont composés de textes et d'illustrations qui participent harmonieusement à la réalisation d'un positionnement et d'un impact conformes à la stratégie marketing des marques respectives. Pour fournir des pages corporate ou publicitaires Web site, il faut disposer de copywriters, de traducteurs de langue maternelle, de graphistes, de stations de travail en mesure d'utiliser le code HTML et bien entendu du savoir-faire spécifique. Seule une entreprise moderne d'éditing multilingue et multimédia (a fortiori si elle est multinationale) peut assumer la production de Web sites. (Voir **HTML**, **Hypertexte**, **Home page** et **WWW**)

WYSIWYG
Acronyme de *What You See Is What You Get* (Ce que vous voyez est ce que vous obtenez). Se dit, entre autres, des écrans de composeuses qui visualisent "exactement" ce qu'on saisit.

WWW
Acronyme de *World Wide Web* (interface pour les données hypertextuelles, hypermédias et multimédias d'Internet). Le WWW utilise le langage HTML.

Zz

Zéro défaut
Niveau d'excellence propre à la "qualité éditing" : non seulement les textes ont été traduits et révisés minutieusement, mais leur terminologie a été validée dans le cadre de l'adaptation géo- et sociostylistique, avant de procéder à l'homogénéisation multilingue et avant la dernière validation de leur conformité avec le layout et les illustrations. Le "bon à tirer" peut enfin être signé avec la certitude d'avoir atteint le fatidique "zéro faute" de l'éditing. Quant à l'assurance du "zéro défaut" propre ou publishing, on peut y arriver en contrôlant et en validant les dernières opérations de prépresse (le transfert du SyQuest, l'épreuve couleur et l'ozalid de la photogravure) et celles de l'imprimerie, y compris les opérations de finissage du façonnage. Dans le cas de publications audiovisuelles, le "zéro défaut" est obtenu après les validations de mastering (contrôle des enregistrements, du doublage et de la postproduction). Le "zéro défaut" dans les productions multimédias (CD-ROM, CD-I et Web Site Publishing) est atteint dans la phase finale d'audit pour les supports informatiques avant l'opération de duplication (CD) et avant leur localisation (WWW et software).

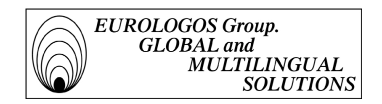
Zeugma
Figure réthorique elliptique par laquelle un ou deux termes sont regroupés ou mis en rapport : *La traduction était pleine de fautes et le texte original de paralogismes.*



Postface de la deuxième édition de Franco Troiano

Le marché, la quête de l'excellence des multinationales de la traduction et la tentative utopique de certifier l'écriture

1 - Le panorama des besoins et des réponses du marché de la traduction
2 - Les clients et les fournisseurs : des services multilingues, multimédias et multinationaux
3 - La pluri-paternité d'une traduction et l'incommensurabilité de "l'Eternel Traducteur Individuel" face à la production globale de qualité multilingue
4 - La mystification des soi-disant "réglementations" linguistiques
5 - La définition contractuelle de la qualité linguistique de la part de l'entreprise multilingue moderne
6 - L'engagement culturel et socio-professionnel dans la compétitivité du libre marché



Postface de la deuxième édition de Franco Troiano

Le marché, la quête de l'excellence des multinationales de la traduction et la tentative utopique de certifier l'écriture

1 - Le panorama des besoins et des réponses du marché de la traduction

Six ans se sont écoulés depuis la parution de la première édition en français de ce livre. Le marché international des services linguistiques, entre-temps, a considérablement évolué et ses acteurs - aussi bien les clients que les producteurs - ont ultérieurement avancé dans la définition (et dans la solution) des problèmes cruciaux propres à la culture professionnelle de l'industrie de la langue.
Il n'est donc pas sans importance d'opérer, à présent, un survol sur le panorama actuel des besoins et des réponses de ce marché pour en détecter les tendances et les articulations, surtout par rapport aux intérêts des forces productives en libre compétition et, parfois, en franche opposition.

2 - Les clients et les fournisseurs : des services multilingues, multimédias et multinationaux (dit Trois M)

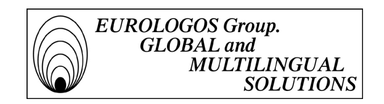
Le processus de globalisation de l'économie mondiale - on le sait - s'accélère. Les entreprises industrielles doivent de plus en plus se positionner sur le plan international et sont obligées de conquérir de nouveaux marchés, ne fût-ce que pour maintenir leur niveau de chiffre d'affaires : la concurrence, même intercontinentale, est - comme l'on dit souvent - impitoyable.
Pour attaquer ces nouveaux marchés, c'est bien connu, l'outil de base est bel et bien la traduction de tout document technique ou publicitaire. Et, comme les mêmes entreprises doivent se concentrer sur leur “core business”, le développement de la demande de services linguistiques s'oriente vers l'externalisation de ces services. D'où la prolifération des entreprises de services linguistiques.
Cette expansion quantitative, par ailleurs largement prévue depuis plus de quinze ans, n'a pas été vraiment suivie d'une diffusion équivalente de la culture professionnelle dans tous les segments du marché et à tous les niveaux de son environnement professionnel (formation, recherche linguistique et fonction publique). En effet, on est encore obligé de constater, auprès d'une grande partie des utilisateurs (les clients, parfois même les plus grands) et auprès de beaucoup de producteurs, un déficit d'information quant au savoir-faire disponible sur les marchés pour fournir des services linguistiques de véritable qualité.
La preuve en est le degré encore très pulvérisé du marché de la traduction : on estime anormalement élevée la part de marché encore dans les mains des indépendants ou des toutes petites agences, même *boîtes aux lettres*. Ce segment du marché, qui en toute légitimité doit tout de même appartenir à ces petites entités traductives, demeure, à l'évidence, encore très surdimensionné. Malgré le développement extraordinaire des entreprises multilingues technologiquement avancées et à dimension internationale, une certaine inertie des habitudes commerciales, désormais largement obsolètes, fait que l'évolution globale des marchés soit



quelque peu ralentie ou très décalée.
Donc, tandis que l'on dispose, dans nos secteurs avancés, d'un niveau culturel très pointu et hautement outillé en high-tech, la maturité générale du marché est encore assez primitive : son niveau parfois préindustriel – surtout dans certains marchés européens – est inversement proportionnel au nombre, somme toute encore limité, des entreprises productives de services linguistiques vraiment multimédias et multinationaux.
Et pourtant, la nécessité d'informatiser, de cultiver et de multinationaliser nos entreprises d'éditing et de publishing multilingues relève de leur production encore plus que de leurs ventes : quoi de plus rationnel, par exemple, que de produire du japonais au Japon ou de l'italien en Italie ? Tandis que l'on peut parfaitement fabriquer la même voiture en Allemagne ou en Angleterre, les besoins géo-stylistiques et de coût de production imposent de ne produire – traduire, adapter et réviser – une ligne bien écrite que dans le pays où la langue en question est parlée. En d'autres termes, il faut relocaliser les langues là où elles sont parlées : la tour de Babel à l'envers.
De surcroît, encore nombreux sont les instituts supérieurs pour traducteurs qui, malheureusement, n'aident pas beaucoup à éclaircir la situation. Souvent, ils participent activement à accréditer face à leurs étudiants une image sinon dépassée, au moins abstraite du marché et - comme nous le verrons ci-après - de la fonction du traducteur.
Les exceptions sont encore trop rares.

3 - La pluri-paternité d'une traduction et l'incommensurabilité de "l'Eternel Traducteur Individuel" face à la production globale de qualité multilingue

Les entreprises de traduction et d'éditing voient leur processus d'internationalisation, de multinationalisation et de concentration (par fusion, rachat, franchising ou partenariat en exclusivité) en pleine évolution. Ce processus ne concerne, naturellement, qu'une partie assez limitée des fournisseurs de services linguistiques. Ainsi l'on peut dire qu'un segment hypertrophié et encore anormalement déterminant de fournisseurs demeure constitué d'indépendants et de ce qu'on appelle les "agences" : mot, en l'occurrence, désignant généralement un petit bureau, uniquement local, non rarement une *one-man company,* fatalement *boîte aux lettres* vis-à-vis de la tâche d'assurer la fourniture des dizaines de langues d'arrivée (désormais au moins une quarantaine économiquement décisives parmi les six mille cinq cent répertoriées "vivantes" par l'Unesco).
Tous ces petits fournisseurs, ne fût-ce que par leur nombre, finissent par hégémoniser ou occuper - même malgré eux et de facto - le terrain de la culture professionnelle telle qu'elle est perçue dans de larges secteurs des différents marchés. Et ceci, nonobstant qu'ils soient très souvent incommensurables par rapport à la complexité propre à la production moderne de la qualité multilingue.
En effet, la "chaîne traductive multilingue" est aujourd'hui composée d'au moins une demi-douzaine de fonctions différentes : la traduction, la terminographie, la révision, l'homogénéisation multilingue, la coordination project management jusqu'à l'édition, en passant par l'infographie et autres localisations informatiques.
Comment peut-il faire face, le traducteur individuel (employé ou indépendant) ou bien le tout petit bureau, à toutes ces fonctions si techniques et spécialisées ? Pour ne pas parler de l'indispensable topo constitué d'au moins une équipe multilingue composée de "native speakers"



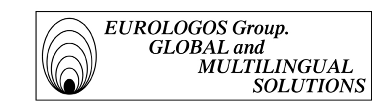
ne travaillant que vers leur langue maternelle et côte à côte (même via l'Internet et Extranet dans des sièges séparés de plusieurs milliers de kilomètres). Sans compter que ces mêmes linguistes doivent disposer de machines à mémoires de traduction pour la production et la validation préalable de glossaires et de prétraductions automatisées (peu importe qu'il s'agisse de Trados, Déjà Vu, IBM, Systran ou autres).
En d'autres termes, le problème crucial posé est celui de la pluri-paternité d'un texte traduit par une entreprise (multilingue) y compris celui de la responsabilité juridique, donc de sa propriété intellectuelle : de la part d'une personne morale et non seulement d'une personne physique.
Tous ces fournisseurs, "incommensurables" à la complexité de la tâche multilingue, finissent par la simplifier artificiellement ou par l'escamoter lamentablement vis-à-vis de l'ignare client non censé, lui, connaître parfaitement le savoir-faire traductologique moderne. Le client ne connaît généralement pas non plus les petites merveilles de la traduction informatisée et les vertus de la filialisation internationale des langues de production (la multinationalisation de l'organisation productive).
Ce n'est pas par hasard si la FIT (Fédération Internationale des Traducteurs) ne cesse de présenter "L'Eternel Traducteur Individuel" comme le seul et unique producteur de possibles traductions. Le tout en excluant ou en ignorant – même dans ses statuts sociétaires vieux d'un demi-siècle – l'indispensable autant qu'éclatante expansion des sociétés de services multilingues.
Il en résulte une opiniâtre action de lobbying désormais fatalement obscurantiste que certaines associations et non rares écoles pour traducteurs continuent à exercer, directement ou indirectement, sur toutes les institutions publiques et privées ; depuis des décennies, de surcroît.

4 – La mystification des soi-disant "réglementations" linguistiques

Au moins trois grandes mystifications qui courent encore les rues de nos professions sont à épingler.

a - La tentative de réduire toute la réalité traductive, donc multilingue et multimédia, à ce qui peut être produit par la figure désormais parcellaire du traducteur individuel constitue un point de mystification désormais intolérable.
Que l'on se souvienne : pendant que dans les années 80 et début 90 les entreprises multilingues se donnaient la peine d'affirmer sur les marchés la nécessité de la révision, de la terminologie et des nouvelles technologies linguistiques, plusieurs associations affiliées à la FIT, dans une cohérence consternante relative à leur dictée idéologique et statutaire, ne cessaient de lutter pour "réglementer la profession". Lire : exclure automatiquement les entreprises commerciales des listes des "traducteurs agréés" (toujours les personnes physiques) qui auraient ainsi monopolisé, et bloqué, le marché (même l'UE est résolument contre ce type d'absurde protectionnisme déguisé en fausse bonne idée "réglementatrice").

b - Souvent, le problème avec les bien intentionnés est qu'ils prétendent être appréciés pour leurs efforts téléologiques (les finalités idéales) au lieu d'accepter de se faire évaluer sur le plan des conséquences réelles de leurs actions. D'où la pertinence de la fameuse petite phrase de Lénine "l'enfer est pavé de bonnes intentions".
Il est indéniable que la recherche de critères et de références pour l'établissement de balises dans la quête de la qualité et de l'excellence constitue un mérite incontestable.



Nous-mêmes, avec ce livre, n'avons pas essayé de faire autre chose.
Seulement voilà, nous n'avons pas prétendu "normativiser" ni au niveau national ni au niveau international. Et, surtout, que l'on nous pardonne, nous n'avons pas écrit une seule ligne "sans biscuit" : il faut tordre plusieurs fois sa langue avant de prétendre définir une seule norme linguistique. Saint Jérôme pourra-t-il pardonner les dépourvus d'humilité ?

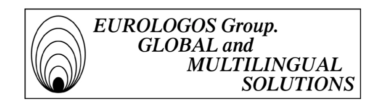
c - De surcroît, dans une époque où il est légitime de se méfier des lourdes machines réglementatrices, il est prudent de ne pas se faire séduire par le démon anal du systématisme absolu. Surtout qu'il s'agit - comme dans notre cas - de la prétendue mensuration (si on ose dire) de l'univers que Gaston Bachelard et le grand écrivain et germaniste Michel Tournier ont appelé la logosphère : le domaine le plus abstrait et subjectif qu'il soit.
Nous, qui avons essayé de le décrire ici en quelque deux cent cinquante pages, pouvons le dire sans crainte de paraître superficiels.

5 - La définition contractuelle de la qualité linguistique de la part de l'entreprise multilingue moderne

La qualité linguistique, tout le monde en parle : les entreprises de traduction, les entreprises industrielles clientes, les fonctionnaires, les professeurs d'université préposés à la formation des jeunes linguistes, les entreprises informatiques de l'ingénierie de la langue, la presse professionnelle, les centres de terminologie, les associations professionnelles des indépendants et des entreprises.
Tout le monde, donc, parle de la qualité linguistique ou, plus précisément, *autour* de la qualité linguistique.
Nous avons, modestement, consacré à ce sujet plusieurs ouvrages pour un total de quelques cinq cent pages, dont ce livre, qui ont été préfacés et jugés très pertinents et rigoureux (nous ne finissons pas d'en rougir) par non moins de huit professeurs d'universités européennes : Marie Haps de Bruxelles, Université de Trieste, Université de Heidelberg, Université de Salford, Vlekho de Bruxelles, Université de Salamanca et Université de Genève.
Nous avons la faiblesse de croire avoir un peu contribué - dans le domaine des textes dits pragmatiques et en traductologie appliquée - à pénétrer ce mystère qu'on appelle depuis toujours la "qualité linguistique" et dont on parle souvent de trop loin et encore génériquement.
La schématisation que nous proposons dans ce livre, c'est-à-dire les trois niveaux (qualité orthosyntaxique, qualité adaptation et qualité éditing) a été évaluée comme fondée – exceptionnellement à l'unanimité – du point de vue traductologique et comme très utile, sinon indispensable, dans la pratique.
En tout cas, elle a globalement résisté à la critique terrible du temps : plus de six ans (une petite éternité dans notre époque si chronophage).

6 - L'engagement culturel et socio-professionnel dans la compétitivité du libre marché

Il va de soi que nous ne pensons pas avoir écrit l'alpha et l'oméga sur la question cruciale de la qualité linguistique en traduction industrielle (non littéraire !). Il nous plaît cependant que l'on nous inscrive dans la bibliographie des quelque quatre cents ouvrages de recherche



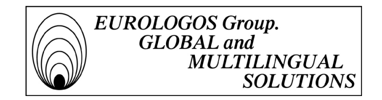
"fondamentale" en traductologie (presque totalement écrits par des professeurs d'université) que nous avons lu avant et pendant la rédaction de notre livre de traductologie appliquée. Très appliquée.
Moins narcissiquement, je souhaite que les entreprises multilingues, multimédias et multinationales, comme celle que j'ai fondé il y a plus de vingt ans, puissent contribuer beaucoup plus, et décisivement, au développement de notre culture professionnelle.
Je continue à penser que les grands coupables du relatif déficit culturel de notre marché ne sont, à l'évidence, pas tellement les organisations plutôt rétrogrades qui sévissent encore dans l'occupation du terrain de la communication professionnelle. Les véritables responsables, les principaux, sont plutôt les (très nombreuses) entreprises multilingues elles-mêmes qui ont souvent déserté, pour trop longtemps, l'engagement associatif et socio-culturel sur le plan professionnel. A trop rare exception, elles ont ainsi permis la sur-représentation des forces les moins innovantes qui ont presque monopolisé la culture professionnelle généralement et officiellement accréditée. Sans quoi, les organisations corporatistes et dirigistes, aussi bien privées que publiques, ne seraient à présent pas si malencontreusement hégémoniques.

En effet, point de salut sans la libre compétitivité du libre marché.
Ne l'oublions jamais.

Franco Troiano
Administrateur délégué
Groupe EUROLOGOS
www.eurologos.com
f.troiano@eurologos.be

Bruxelles, le 3 janvier 2000

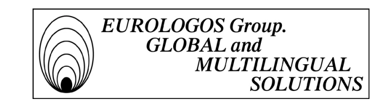
Annexes



Annexe 1

Traduction automatique ou assistée par ordinateur ?

Qu'est-ce que la traduction automatique ? Les professionnels de l'écriture connaissent trop bien les difficultés homographiques, orthographiques, syntaxiques et sémantiques d'une langue pour ne pas être dupes quant à l'efficacité totale d'un système de traduction automatique, aussi perfectionné soit-il. Ils préfèrent donc parler de traduction assistée par ordinateur.
Une transposition de haute qualité ne pourra probablement jamais être obtenue même après plusieurs lustres de recherches dans le domaine de l'intelligence artificielle. C'est pourquoi on parle plutôt de traduction par ordinateur (toujours) assistée par l'homme.
L'objectif le plus important que la "machine translation" poursuit actuellement est de fournir une traduction présentant une intelligibilité qui puisse permettre de la réviser sans consulter le texte-source. Cela commence à exister. Nous en apportons un exemple ci-après. Il s'agit d'une traduction de l'anglais vers le français réalisée complètement par l'ordinateur sans aucune intervention humaine. Le résultat est tout de même étonnant. Le système utilisé est le Systran dont est équipée l'U.E. Il faut remarquer que parmi la bonne douzaine de systèmes de traduction assistée par ordinateur, trois ou quatre seulement sont totalement automatiques; les autres sont des systèmes "limités", tant en ce qui concerne les combinaisons linguistiques offertes qu'en matière de champs d'application.



Un exemple de traduction automatique SYSTRAN

Le texte que vous êtes la lecture a été à l'origine écrit en anglais. Il a été alors traduit en français par le système Systran sans aucune intervention par les linguistes. Ce texte, d'environ 120 mots, était traduit en français, a édité et a imprimé dedans quelques secondes.
Afin d'être relié au système Systran qui est exigé est un ordinateur que les fonctions sur le MS-DOS et une ligne téléphonique ont lié à un modem unique à un coût de moins de 400 dollars.
Avec la traduction automatique, il est possible de faire des économies jusqu'à 50 % comparé aux méthodes de traduction traditionnelles.

An example of machine translation SYSTRAN

The text which you are reading was originally written in English. It was then translated into French by the Systran system without any intervention by linguists. This text, of about 120 words, was translated into French, edited and printed in a few seconds.
In order to be connected to the Systran system all that is required is a computer which functions on MS-DOS and a telephone line linked to a single modem at a cost of less than 400 dollars.
With automatic translation it is possible to make savings up to 50% compared with traditional translating methods.

Annexe 2

Le marché des services linguistiques et les débouchés professionnels pour les traducteurs et les interprètes

Texte de la conférence de
Franco Troiano,
administrateur délégué du
Groupe EUROLOGOS
www.eurologos.com

le 20 mars 1995
à L'Ecole Supérieure de Langues Modernes pour Interprètes et Traducteurs de L'Université de Trieste

Le thème de la conférence en cinq questions :

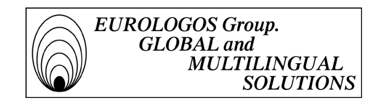
1. Comment se présente - aujourd'hui en Europe - le marché des services linguistiques par rapport à la recherche de la "qualité totale" ?

2. Quelles sont les possibilités de travail pour les jeunes diplômés en traduction et interprétation ?

3. Que demandent les entrepreneurs aux jeunes spécialistes polyglottes de la parole écrite ?

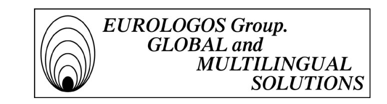
4. Quelles sont les qualifications cruciales que l'Ecole doit assurer dans la formation des jeunes traducteurs et interprètes ?

5. Comment se familiariser avec la nouvelle culture entrepreneuriale et post-industrielle tout au long de la formation multiculturelle et plurilingue ?



L'orateur : un entrepreneur milanais à Bruxelles

Franco Troiano a fondé la société EUROLOGOS à Bruxelles en 1977. Aux services linguistiques traditionnels (traduction et interprétation), il a rapidement ajouté les services graphiques et multimédias de l'éditing industriel moderne (illustration et prépresse).
En 1989, il a ainsi créé la société LITTERA GRAPHIS (graphisme, mise en pages et multimédia). Pour compléter la structure productive de l'éditing multilingue, Franco Troiano est également fondateur – toujours en collaboration avec d'autres traducteurs et interprètes opportunément recyclés entre temps – de la société TELOS, spécialisée dans la conception et le copywriting multilingue. En 1994, en vue de lancer EUROLOGOS Multilingual Éditing Network (un réseau mondial de franchising de plusieurs dizaines de sièges), il écrit deux livres aux titres univoques : *Traduction, adaptation et éditing multilingue* et *Traduttori* (trois nouvelles).



Prémisse

Les interprètes savent par expérience qu'au-delà de 30 à 40 minutes, une intervention, même intéressante, finit fatalement dans le sadisme gratuit pour l'assistance. Je me propose, donc, de répondre en quelques minutes à chaque question posée.
Je traiterai cependant ces questions de manière indirecte en articulant mon intervention autour de quatre axes thématiques.
Le premier est celui de la "providentielle Babel européenne".
Le deuxième concerne la "renonciation aux marchés Eldorado de l'Est pour cause de dettes publiques".
Le troisième axe est celui de la définition de "qualité linguistique".
Et, enfin, le quatrième axe présente la possible "naissance entreprenante de l'*intrapreneur*" parmi les débouchés professionnels des services linguistiques.

La très providentielle Babel européenne

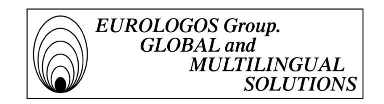
Paradoxalement, la Babel des langues européennes – plus de deux douzaines, de Lisbonne à l'Oural – est en train de devenir, de handicap qu'elle était, un révélateur de la richesse multiforme de notre Vieux Continent.

Richesse unique par sa multiplicité et sa densité. Et ce n'est pas un hasard si, dans cet exceptionnel concentré de multilinguisme, l'Europe exprime la recherche la plus caractéristique et la plus convoitée de tous les mouvements socioculturels – et non seulement européens – de cette fin de siècle : la recherche de l'identité parmi la prolifération du multiple.

Spielberg lui-même, représentant vedette de l'industrie moderne de la communication cinématographique et de la suprématie planétaire de l'anglais, vient de déclarer qu'il se rangeait du côté des opérateurs européens pour défendre leur précieuse spécificité culturelle.
C'était à l'occasion de la remise des Césars à Paris, en février dernier. Le gourou de la *culture* de masse semblait même jalouser sincèrement l'épaisseur et la complexité de la culture européenne.

Or, ce que l'on appelle dans les accords du GATT "l'exception culturelle européenne" se concrétise dans le quotidien comme simple plurilinguisme. Le multiculturel, dont on parle si souvent et qui est en train de changer radicalement la vie de tous les peuples développés, n'est rien d'autre que la pratique sociale et économique du multilinguisme.

A nous, professionnels des services linguistiques, de profiter de cette opportunité historique que le marché international est en train de produire, malgré les difficultés politiques et économiques existantes.
Il ne faut pas être un grand spécialiste du marketing pour observer le développement actuel des services linguistiques et en prévoir l'expansion à brève échéance. Cependant, sur le plan quantitatif, l'évaluation de ce développement se révèle peu probante, aussi bien par la carence des enquêtes que par l'étendue du champ d'application.



Je renvoie les amateurs de statistiques à l'analyse proposée dans le numéro de septembre 1994 du périodique Federlingua News. Il s'agit de l'organe de l'association professionnelle dont je suis honoré d'être l'un des fondateurs et qui – à ma connaissance – a publié l'article le plus récent et le plus pertinent sur le sujet.

Je ne citerai qu'une donnée assez significative : entre 1990 et 1994, la production européenne est passée de l'indice 6 à l'indice 10, c'est-à-dire une augmentation de deux tiers en quatre ans ! Federlingua reste quelque peu réticente quant à la validité de données comme celle-ci, car elles nous paraissent suspectes à l'excès. Cependant, il nous faut constater que les estimations formulées pour le compte de l'UE en 81 et après dix ans présentent quand même une augmentation de 400%. Le quadruple !

En réalité, il est très difficile de mesurer (à des coûts accessibles) une quantité si vaste et si variée que celle des services linguistiques. Pour en avoir une idée, il suffit de penser que la société EUROLOGOS de Bruxelles (dont je suis l'administrateur délégué) fournit pas moins de vingt types différents de services linguistiques et paralinguistiques en plus de ceux, très classiques, de la traduction et de l'interprétation (voir le cadre synoptique des activités EUROLOGOS).

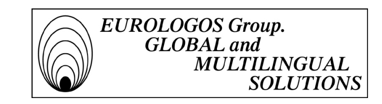
Malgré le renoncement à l'Eldorado à cause des dettes

Mais ce développement des services linguistiques doit également être mesuré à l'aulne de l'actuelle situation économique européenne.

Je vous livre ici mon analyse de responsable d'une petite entreprise. D'habitude on dispose de celle des grands entrepreneurs, infirmée par la suffisance de leur understatement. Ou bien l'on dispose de celle, souvent partisane, des mass media.

Ainsi qu'on peut le constater dans tous les secteurs – qu'ils soient hi-tech (comme les ordinateurs) ou plus traditionnels (comme les boîtes de petits pois) – l'offre sur les marchés européens est généralement supérieure à la demande. Et ce, aussi bien pour des raisons structurelles liées au post-industriel avancé, que pour une raison pathologique.

Il faut en effet considérer comme pathologique l'actuelle incapacité de l'Europe à exploiter convenablement l'immense marché des pays de l'ex-bloc communiste.
Tandis que les marchés de l'Union européenne sont presque saturés (il reste désormais très peu de mixers à vendre aux ménagères et pas beaucoup de voitures à placer chez les automobilistes). Les marchés des pays de l'Europe de l'Est seraient un véritable Eldorado si nous avions agi comme les américains après la seconde guerre mondiale : un grand plan Marshall d'investissements. Seize pays européens ont en effet bénéficié du plan de reconstruction financé – pour 85% à fonds perdus ! – par les Américains. En très peu d'années, les marchés européens sont ainsi devenus un Eldorado pour les Etats-Unis, auxquels nous avons tout acheté : du chewing-gum aux films de Humphrey Bogart en passant par les licences de fabrication des cubes de bouillon et les transistors.



Notre impuissance entrepreneuriale par rapport à ces immenses marchés de l'Europe de l'Est est donc indéniablement pathologique. En effet, l'argent que nous aurions dû investir dans ce nouveau plan Marshall a été complètement dévoré par les dettes publiques de nos chers pays qui vivent au-dessus de leurs moyens depuis plus d'un quart de siècle.

D'où le chômage scandaleux dans l'UE : près de vingt millions, dont plus de la moitié sont des jeunes ! La crise et le chômage ne sont pas une fatalité. Et je ne parle pas de la relance fatalement handicapée dans nos marchés internes. Seule l'Allemagne, en raison de sa dette publique relativement limitée et au prix de sacrifices conséquents, a réalisé un véritable plan Marshall en finançant sa réunification. Et, aujourd'hui déjà, elle commence à encaisser les bénéfices de cette prévoyante entreprise d'investissement politique et économique.

"Merci maman, merci papa" pourriez-vous dire à vos parents bien-aimés et, en général, à toute ma génération qui vous a mis, à votre insu, une incroyable dette sur le dos.

Toutefois, vous, futurs traducteurs et interprètes, vous pouvez peut-être vous consoler. Parmi tous les jeunes, même diplômés, vous aurez plus de chances de trouver du travail parce que vous connaissez les langues. En effet la connaissance des diverses spécialisations techniques et professionnelles pourra vous être transmise – si on ose dire – pendant les premiers mois de formation lors de votre premier emploi. La connaissance des langues, en revanche, est, comme vous le savez, longue, très longue et aucune entreprise ne peut véritablement l'enseigner en peu de temps.

De plus, en tant que diplômés issus d'une Ecole prestigieuse, et qui pratique le numerus clausus, vous aurez beaucoup plus de chances d'être engagés. A votre place, du moins en ce qui concerne votre carrière personnelle, je ne serais donc pas trop inquiet.

Il est par ailleurs notoire que seule une petite partie des diplômés en traduction et en interprétation trouvera du travail dans le secteur spécifique des services linguistiques, en qualité d'interprète de conférence ou de traducteur technico-publicitaire.

Malgré leur développement, les services linguistiques ne constituent qu'une partie des débouchés professionnels pour diplômés traducteurs et interprètes. D'autant que les institutions nationales et internationales publiques ont tendance à limiter d'une façon drastique le recrutement, à cause de leur surdimensionnement, voire de leur pléthore.

Des langues de référence sont en effet en train d'émerger dans ces organismes. Au sein de l'UE, par exemple, l'anglais, le français et l'allemand sont désormais considérées comme des langues véhiculaires et donc prioritaires. Et même si l'espagnol commence à maugréer, les langues dites "faibles" sont prêtes à se rendre. Tandis que cette révolution apparaît fatale et pré-annoncée, l'impuissance à l'égard des nouveaux marchés devrait faire réfléchir sur la jobarderie coupable de ma génération.

La "qualité totale" ISO 9000 et la maîtrise de la langue maternelle

La concurrence se fait toujours plus aiguë lorsque la demande est supérieure à l'offre. C'est la raison pour laquelle, même dans les services linguistiques, les critères de sélection des clients deviennent de plus en plus le rapport qualité-prix, avec l'accent sur la qualité.



Pour combattre la concurrence, il faut avant tout garantir la qualité. Tout le problème consiste, en l'occurrence, dans la définition du concept de "qualité linguistique".
Chez EUROLOGOS, nous nous consacrons à ce problème depuis plus d'une douzaine d'années. En 1989 déjà, la revue "Language International" nous avait classés parmi les quinze premières sociétés au niveau international, y compris le Canada et les Etats-Unis.

Nous nous sommes bien entendu limités à déterminer les paramètres de la "qualité linguistique" dans le secteur des services technico-commerciaux et publicitaires.
Les résultats de nos analyses et expériences ont été publiés à Bruxelles, dans un livre, "Traduction, adaptation et éditing multilingue" (les éditions en italien, anglais, espagnol, allemand et portugais sont en cours de préparation). Rassurez-vous, je ne vais pas vous parler du livre, qui compte plus de 220 pages. Je voudrais simplement vous montrer un schéma et faire quelques considérations sur l'importance de la langue maternelle et de la langue écrite.

Les sociostyles des langages économiques et des technolectes professionnels sont de plus en plus influencés par la langue écrite, par la rigueur et par la précision de la langue écrite. D'autant plus qu'une convergence est en train de se réaliser, depuis des années, entre les expressions lexicales de la publicité et de la technique : tandis que la publicité et le marketing deviennent de plus en plus techniques, la littérature technique évolue toujours plus vers le langage publicitaire. Il faut vendre !

La vente est en effet devenue le problème le plus crucial des entreprises. Plus crucial encore que celui de la production. Celle-ci, à son tour, a déjà atteint un seuil élevé de problèmes critiques à cause de la recherche endémique de la "qualité totale".

Nous sommes en train de vivre la fin de la première "décennie de la qualité" : désormais, tous promettent. Mais parler de qualité sans certifier les procédures, les moyens techniques et les ressources humaines pour la produire signifie rendre vain le discours, lorsqu'on ne veut pas hypnotiser délibérément le client.
Par conséquent, les entreprises de pointe et les leaders dans leurs secteurs respectifs sont en train de certifier de plus en plus leur production de qualité. Le standard international de "qualité totale" le plus utilisé – tout au moins en Europe – est l'ISO 9000. Les grandes entreprises certifiées ISO 9000 ont tendance à se fournir auprès d'entreprises de haute qualité, elles aussi titulaires du même label.

De même, les jeunes diplômés en traduction ont intérêt à étudier dans des écoles renommées et, en particulier, à cultiver un niveau très élevé – je dirais presque "certifié" – de maîtrise de leur langue maternelle.

Mais voyons comment tout ceci se concrétise dans un processus de production d'éditing multilingue.

Nous avons identifié en traduction trois niveaux de qualité linguistique : la qualité-traduction, la qualité-adaptation et la qualité-éditing.

Le premier niveau, la qualité-traduction, assure la restitution fidèle sur le plan sémantique du texte de départ et la correction syntaxique du texte d'arrivée. Ce résultat est généralement atteint par le double contrôle entre traducteur et réviseur : c'est le traducteur qui insère les corrections



apportées par le réviseur. Jaloux de voir son texte révisé, (rien de plus intime que sa propre écriture) : je connais des traducteurs qui pourraient même montrer plus d'indulgence à l'égard d'une "intervention" envers leur partenaire amoureux que face à une retouche de leur texte), le premier traducteur n'acceptera les modifications que si elles sont vraiment justifiées (le réviseur, aussi, peut se tromper).

Le deuxième niveau, la qualité-adaptation, assure un degré supérieur de perfection géostylistique. On atteint normalement ce résultat après l'intervention des correcteurs du client (les filiales à l'étranger) qui auront modifié les textes après le contrôle terminologique ou des expressions idiomatiques (technolecte spécifique à l'entreprise).
Habituellement, on atteint également le niveau qualité-adaptation grâce à l'homogénéisation et la validation multilingue des textes. Celles-ci se fondent, principalement, sur l'établissement préalable de glossaires ad hoc.

Le troisième niveau, la "qualité-éditing assure la concordance graphico-textuelle et le fatidique "zéro défaut" avant l'irréversible "bon à tirer" (ou "bon à enregistrer", s'il s'agit d'une production audiovisuelle).
Il est évident que l'on atteint l'un ou l'autre niveau par l'accumulation de travail et de contrôles multiples.

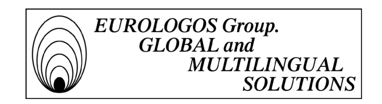
Une fois que l'on a garanti la possibilité de la produire, la qualité est fonction du prix. En effet, le personnel de langue maternelle qui intervient en traduction, en révision ou en recherche terminologique coûte cher. C'est la raison pour laquelle les agences de traduction qui en disposent sont rarissimes. Chez EUROLOGOS, par contre, nous avons des traducteurs internes qui travaillent tous en tandem.

Nous pouvons donc nous permettre le luxe d'affirmer la vérité en la matière à travers un paradoxe : les agences de traduction (presque la totalité des agences) sont "analphabètes", puisqu'elles ne savent ni lire ni écrire les textes qu'elles livrent à leurs clients. En revanche, elles doivent être animées d'une réelle ferveur religieuse et d'une foi sincère en la bonne fortune : incapables de contrôler les textes, elles doivent beaucoup prier et faire des pèlerinages propitiatoires afin que leurs traducteurs free-lances traduisent bien et sans fautes.

Les nouveaux entrepreneurs et intrapreneurs : on commence par les stages

Il est de coutume de dire qu'un tiers des entreprises qui seront sur le marché dans dix ans n'existent pas encore aujourd'hui. Il en va de même pour les services linguistiques où des mutations importantes sont nécessaires. Des entreprises sont destinées à devenir stériles ou à faire faillite tandis que d'autres, beaucoup d'autres, les remplaceront parce qu'elles seront plus productives, plus qualifiées et donc plus compétitives.

Il y a de la place pour de nouveaux talents destinés à renouveler les professions des services linguistiques, tant sur le plan culturel et technologique (surtout en traductologie et en informatique), que sur les plans technique et commercial (surtout marketing et multinational).



Avis aux amateurs : futurs jeunes entrepreneurs ou intrapreneurs, soyez sur le qui-vive. Je suis heureux d'avoir trouvé aussi en italien ce deuxième terme, *intraprenditore* qui indique un nouveau type d'entrepreneur qui, tout seul, n'aurait jamais pensé le devenir. Mais à l'intérieur d'une entreprise existante, voilà qu'il devient à même de se charger du développement – on pourrait dire assisté – d'un nouveau projet commercial.
Ce projet peut se présenter sous la forme d'une filiation d'une activité existante ou d'un franchising d'une entreprise qui prend de l'extension ou s'internationalise. N'étant pas tenu de soutenir tout seul les problèmes de savoir-faire, des procédures de management, de positionnement marketing et de gestion administrative, le jeune entreprenant peut devenir *intrapreneur*.

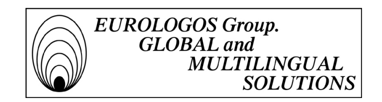
Par ailleurs, chaque entreprise digne de ce nom, rentable et moderne, est enceinte d'au moins un projet d'entreprise analogue. Le développement logique de ses activités et les exigences du marché imposent à sa fécondité (toujours présupposée) d'engendrer d'autres sociétés. C'est pourquoi je recommande aux étudiants de fréquenter les entreprises, à travers des visites, des stages de différents types, et des enquêtes pour rédiger leur mémoire.

S'il est certain que les entreprises ont intérêt à se rapprocher de l'école et du monde de la formation, il est tout aussi utile que l'université et les étudiants complètent leurs études par un contact direct avec le monde de la production. A la limite, en se consacrant provisoirement à des tâches humbles : par ailleurs, il n'est pas mauvais que les futurs dirigeants aient travaillé aux échelons les plus bas de la production. Tous les stagiaires pourront vous le confirmer : l'expérience démontre qu'il faudrait commencer à faire des stages très tôt; stages de tout genre, jusqu'à ceux très qualifiés et en parfaite adéquation avec les études réalisées.

D'ailleurs, on trouve du travail si on se lève tôt, si on commence à le chercher dès la première heure. Qui, alors, parmi vous, deviendra un entrepreneur ou un *intrapreneur* des services linguistiques des années 2000 ?

Personne ne vous oblige à ne vous imaginer que comme employé, vendeur, exécutif ou comme fonctionnaire de plus en plus improbable.

Merci.



Annexe 3

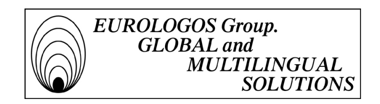
La qualité linguistique en éditing multilingue: conditions et méthodes pour la produire

Texte de la conférence de Franco Troiano,
administrateur délégué du
Groupe Eurologos

le 24 février 1996
à l'ASCOM de Bologne

Seminaire FEDER.CEN.TR.I
(Organisation Italienne de traducteurs et sociétés de services linguistiques adhérant à l'EUATC)

Sommaire



Avant-propos

J'avoue être quelque peu gêné en prenant la parole ici à Bologne, ville célèbre pour son bon sens. En effet, je suis encore arrivé par le sarcasme d'un récent article du journaliste Giorgio Bocca. Il se moquait de l'arrogance de certains je-sais-tout italiens, expatriés en France, qui s'étaient permis de porter des "jugements très éclairés" sur l'Italie. Je ne connais pas le degré de popularité de Bruxelles, ma ville d'adoption, ici dans notre Beau Pays. Cependant, je ne suis pas tellement rassuré, si je devais en juger par l'heure post-ravioli fixée pour mon intervention.

Se poser des problèmes sur la qualité, de surcroît linguistique, dans le domaine de l'éditing multilingue vers 14 heures, me semble être une tâche bien plus rude qu'indigeste.

J'essaierai donc d'être bref et de réserver une bonne partie du temps que l'on m'a accordée pour un débat bien vivant, du moins je l'espère.

a - Un livre contre l'accusation d'acéphalie

Au début des années 1990, les dirigeants d'Eurologos Bruxelles, la société pilote du Groupe que j'ai fondé en 1977, étaient assez piqués par le mépris témoigné par quelques chercheur d'université et par de non rares professeurs d'écoles de traduction à l'encontre des sociétés de traduction.

Nous, les professionnels de la traduction, étions accusés d'être fondamentalement acéphales.

Encore aujourd'hui, on nous définit traducteurs de profession mais professionellement sans culture traductologique, sans background théorique, sans les connaissances minimales sur le plan des disciplines dites de linguistique appliquée.

Au secours de cette honteuse accusation, on lisait, dans revues et publications universitaires, qu'au grand jamais on n'avait vu un livre traitant de la traduction et des services linguistiques écrit par un traducteur professionnel.

Nous devions admettre que c'était foncièrement vrai. En effet, sur presque quatre cents livres de traductologie que nous avions lus, fichés et répertoriés en plusieurs langues, pas un seul n'avait été rédigé par un professionnel de la traduction commerciale, technique ou publicitaire. L'accusation nous brûlait, d'autant qu'Eurologos cultivait, depuis la fin des années 1970, des ambitions théorétiques fondées sur son savoir-faire professionnel. Du reste, il nous paraissait inconvenable de procéder à notre certification ISO 9002 avant d'avoir définis nous-mêmes, en tant qu'entreprise d'éditing multilingue, ce que "qualité linguistique" veut dire, dans le domaine des textes pragmatiques, naturellement. Il est en effet hors de question d'étendre ce concept au-delà du domaine des publications techniques et commerciales. D'ailleurs , nous savons tous que l'ISO 9002 ne garantit pas, à la rigueur, la qualité intrinsèque des textes, mais seulement certaines procédures indispensables pour l'assurer.

La définition de qualité pour un secteur donné – on le sait – ne peut s'élaborer qu'à partir de la connaissance et de l'expérience que ce secteur lui-même a pu fournir.

Pour remédier à cette situation d'évident manquement professionnel, au demeurant gênante pour nous tous, nous avons écrit un livre de plus de 220 pages, intitulé *Traduction, Adaptation & Editing multilingue. Mode d'emploi des services linguistiques et multimedias.* Bien qu'il n'ait été publié qu'en français, sa première édition a immédiatement été épuisée et a bénéficiée d'un grand nombre de critiques élogieuses, dans des revues telles que "Language International", "Traduire", "Terminométro", "The Translator" et autres publications périodiques. Nous avons considéré avec une attention particulière les appréciations des facultés linguistiques de plusieurs universités comme celles de Paris VII, Salford, Salamanque, Grenade, Barcelone, outre celles de diverses Ecoles Supérieures pour Traducteurs et Interprètes en Belgique.

Ici en Italie, la première critique favorable nous a été adressée par l'Ecole pour Traducteurs et Interprètes de Milan (Silvio Pellico) et par la non moins mondialement réputée université de Trieste qui nous envoie régulièrement des stagiaire et qui nous a accueillis à l'occasion d'une conférence sur le livre.

Cela nous montre qu'heureusement l'univers de la presse professionnelle internationale et celui des académies universitaires sont plus réceptifs qu'on ne le pense.

b - La complexité, les trois niveaux et le "bon à tirer" gratuit

Les thèses centrales de notre livre tournent autour de quelques points-clés. Je me limiterai à en souligner trois parmi les principaux.

1 - Tout d'abord, la nécessité de complexifier et non de simplifier la réalité du processus productif. Tout au moins, la nécessité de rendre explicite la complexité de la traduction elle-même.
Plus le client est conscient de la complexité de l'acte traductif, c'est-à-dire plus il connaît la nécessité des interventions du traducteur et du réviseur de langue maternelle, du terminographe, de l'utilisation des glossaires préparés ad hoc et de programmes qui mémorisent la phraséologie des technolectes d'entreprise, plus il sera prêt à en payer le juste prix.
Il faut bien admettre que la grande majorité des agences de traduction et des professionnels, par crainte de perdre la commande, simplifient au lieu de complexifier. Si ce n'est pas à nous-mêmes, les professionnels, de montrer toutes les implications du processus traductif, personne ne le fera à notre place. Et je le répète, complexifier ne signifie pas compliquer, mais montrer, ni plus ni moins, la réelle complexité en jeu.

2 - En deuxième lieu, et par conséquent, il faut présenter la nécessité de contractualiser les différents niveaux de qualité de traduction au lieu de parler de traduction générique. Dans le livre, nous en avons cerné trois :

- **Le niveau de qualité-traduction** qui garantit la restitution sémantique du texte de départ, accompagnée d'une correction morphosyntaxique de la langue d'arrivée ;

- **Le niveau de la qualité-adaptation** (technique et/ou publicitaire) qui garantit – outre le premier niveau – la précision terminologique, la pertinence géo- et sociostylistiques, y compris la fidélité active à ce qui est défini, "le positionnement marketing" du texte de départ ;

- **Le niveau qualité-editing** (ce que l'on appelle zéro défaut) qui garantit également la perfection ortho-typographique, stylistique et la conformité graphico-textuelle nécessaires au "bon à tirer".

Le fait de ne pas pouvoir identifier – donc de ne pas contractualiser – le niveau de qualité du service, peut encourager les clients à demander la lune (la perfection du "bon à tirer"), moyennant le prix d'une simple traduction.

c - La traduisibilité "difficile", le rewriting mental et le client ignare

Dans le schéma de la qualité publiée dans le livre, nous avons également indiqué un autre niveau non pas relatif aux activités traduisantes, mais à la prédisposition du texte à être (facilement) traduit : la traduisibilité.

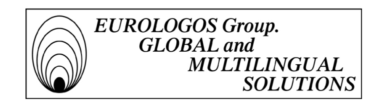
Nous tous le savons, mais il est rarissime qu'on le dise : la difficulté majeure que l'on rencontre, lors de la traduction d'un texte, ne consiste pas dans sa haute technicité, mais (surtout) dans le fait qu'il est souvent mal orché (plein de solécismes, paralogismes, ambiguïtés involontaires, répétitions dues à la misère lexicale...). On devrait procéder, une fois sur trois, à un rewriting, plus que partiel, du texte de départ.

Par crainte de perdre la commande, les traducteurs et les agences s'abstiennent de signaler au client que son texte est traductivement handicapé. L'on traduit sans broncher après l'avoir réécrit mentalement pour le rendre au moins clairement intelligible.
De la sorte, nons seulement on travaille gratos, mais également à l'insu du client, toujours ignare.

3 - Un troisième concept-clé du livre que je voulais souligner aujourd'hui est celui suivant lequel il n'est point possible de parler qualité – par ailleurs non seulement dans les services linguistiques – sans la mettre en rapport avec les conditions économico-organisationnelles nécessaires à sa production. Ces conditions concernent aussi bien le marché de l'offre que celui de la demande. C'est-à-dire aussi bien celui déterminé par les sociétés de services linguistiques que celui déterminé par les utilisateurs (les clients).

d - Lorsque l'offre doit supporter le misérabilisme de la demande : le stoïcisme des véritables leaders

Le marché de l'offre, surtout en Italie, est à la merci d'une écrasante domination de la demande. D'où la grogne que j'ai eu l'occasion de remarquer au sujet du misérabilisme du marché : prix ridicules de ± 15,50 euros par page, même à Milan. En moyenne, moins que la moitié des prix pratiqués en Europe !
Or, qu'on se le dise, on ne peut pas se plaindre du fait que le marché ne soit pas disposé à payer la qualité si, d'abord, on ne l'a pas produite et clairement vendue, ni on se lasse de la produire, de la promouvoir et de la contractualiser. Dans les années 60, Mary Quant a imposé l'incroyable (elle l'était) mini-jupe, en la produisant et en la portant elle-même.
Pour changer le marché de la demande, il faut avant tout modifier celui de l'offre : il faut, en effet, se moderniser pour changer la mentalité des clients sont autorisés à être ignorants et



minimalistes en matière d'editing multilingue (en effet, il ne s'agit pas de leur métier), nous, les fournisseurs, devons être professionnellement cultivés et innovateurs. Outre qu'inlassablement courageux.
Du reste, le premier service que nous devons fournir au client est celui de la connaissance du produit demandé.
Et ici, je dois féliciter Ferdercentri pour avoir eu l'audace de poser le problème et pour la promotion tenace qu'elle en fait dans la culture professionnelle. Naturellement, je suis conscient de la difficulté d'aller à contre-courant et pendant de nombreuses années.
Je conseille aux vrais leaders le stoïcisme.

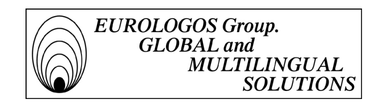
e - Une qualité de communication au juste prix

Je voudrais m'assurer, à ce point de mon intervention, que ce discours contre la dépression des prix ne soit pas perçu – surtout de la part des clients – d'un point de vue corporatiste. L'habitude aux prix excessivement bas finit par se révéler un facteur négatif pour les intérêts de l'entreprise elle-même. Une industrie, qui dépend de plus en plus de l'exportation, ne peut pas compter – comme ici en Italie – sur la compétitivité primitive conséquente aux dévaluations ! En effet, il ne faut pas oublier que la petite reprise économique des deux-trois dernières années est due, fondamentalement, à la dépréciation artificielle de la valeur de la lire.
S'il est légitime de continuer à diminuer les coûts – et, à ce jeu, nous, les Italiens pouvons être fiers sur le plan international – les marketing men des entreprises italiennes – et non seulement italiennes – doivent faire attention à ne plus récidiver dans le misérabilisme. Une communication écrite à des prix bradés, fatalement de qualité médiocre, dévalorise tragiquement le produit d'exportation. L'image de la production et des services italiens sont en jeu et "l'effet petite lire" commence déjà à s'évanouir. Il est des économies qui coûtent cher et qu'une industrie d'exportation ne peut pas se permettre : que l'on pense au tourisme (la première industrie nationale), à l'importance de l'agro-alimentaire, aux machines-outils (secteur dans lequel l'Italie est deuxième au monde !), aux produits de l'habillement (des chaussures aux chapeaux), à ceux de l'ameublement (des chaises de Frioul aux canapés de Bari). Les Français sont maîtres dans l'art de la publicité et dans la qualité de leur communication : ils vendent moins de vin que l'Italie avec un chiffre d'affaires bien plus élevé. Même chose pour les fromages : ils ont réussi à faire croire au monde entier qu'ils étaient le pays qui en produisait le plus. En réalité, l'Italie les devance avec presque cinq cents sortes de fromages répertoriés (le double de celles vantées par De Gaulle). Bravo les Français !
En effet, ils dépensent beaucoup, le juste prix, pour la communication : les prix des services de traduction à Paris sont parmi les plus hauts d'Europe. La qualité se paie.

Voilà l'exemple qu'il faut donner aux "petits cadres dynamiques" des industries italiennes qui, par contre, se vantent de faire des économies écervelées sur les traductions de dépliants, brochures et catalogues destinés à l'exportation.
C'est notre devoir de le faire.

f - Réviseurs de langue maternelle, terminographes et homogénéisateurs

Mais quelles sont les conditions, les préoccupations qui permettent réellement la production de la qualité linguistique ?



Il faut, peut-être, rappeler ce que nous tous savons déjà : l'écriture ("traduire, c'est écrire", disait Marguerite Yourcenar) jaillit toujours du mystère insondable de l'unicité de l'idiolecte, du style virtuellement inimitable, de l'individu. Que l'on observe, par exemple, le schéma du processus d'identification stylistique reporté dans le livre. Toutes les tentatives d'en définir les attributs ne peuvent se qualifier que par approximation.
Par conséquent, les essais d'organiser une supposée perfection linguistique ne peuvent que se révéler des rapprochements à l'intérieur de la catégorie de l'optimisation.

Outre la condition élémentaire suivant laquelle le traducteur ne peut traduire vers une langue qui ne soit pas sa langue maternelle (en Italie, on me dit, il n'est pas rarissime – encore de nos jours – que l'on traduise vers des langues apprises seulement à l'école), dans les années 80, on a juste pu introduire la fonction du réviseur. Bien entendu, un bon traducteur peut très bien réviser tout seul une traduction, après l'avoir couchée. Mais le problème est que les traductions sont toujours urgentes. Elles ne peuvent donc pas dormir suffisamment de temps dans un tiroir pour permettre au traducteur de s'en détacher psychologiquement, condition, celle-ci, indispensable pour pouvoir les réviser lui-même sans en être encore "hypnotisé". D'où la tendance, même parmi les traducteurs free-lance, à relire les textes les uns des autres.
Chez Eurologos, le premier traducteur traduit, le deuxième révise mais c'est bien au premier d'introduire les corrections : l'on utilise ainsi la jalousie professionnelle et l'architecture du premier traducteur pour le contrôle du réviseur, qui, hélas, peut lui aussi se tromper. et ici, par architecture, j'entends l'analyse textuelle à plusieurs niveaux que chaque bon traducteur fait toujours du texte de départ pour le restituer fidèlement dans sa transposition.

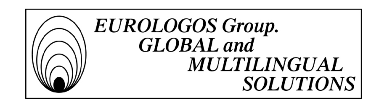
g - Qui peut quoi, sans masochisme

Le couple traducteur-réviseur de langue maternelle peut donc assurer un niveau de qualité équivalent, ou tout au plus, jusqu'au niveau adaptation (le deuxième), à condition cependant qu'il ne s'agisse pas de traductions multilingues qui impliquent une intervention terminologique spéciale, une coordination plurilingue et une création de partenariat entre les correcteurs-clients et les traducteurs.

La validation multilingue, y compris le contrôle des expressions idiomatiques d'entreprise (technolectes), et la stylisation conforme aux positionnements marketing des textes (géostyle et sociostyle) ne peuvent être réalisées qu'au sein d'une équipe composée – outre de traducteurs et de réviseurs – de project managers, de terminologues et au moins d'un coordinateur homogénéisateur, tous en contact direct avec les techniciens et/ou avec les sièges des clients à l'étranger.

Le troisième niveau de qualité (qualité-éditing) ne peut être garanti que par une entreprise de traduction qui dispose également d'un service intégré d'informatisme pour l'illustration et la mise en page. Beaucoup de sociétés demandent de plus en plus aux entreprises de traductions que leurs traducteurs tapent (par "écrasement ") leurs traductions directement sur le texte de départ, déjà mis en pages et à côté des illustrations originales. Macintosh et Interleaf deviennent ainsi toujours plus familiers pour les modernes traducteurs "informatiques".

Par ailleurs, nous savons tous que, malgré les contrôles répétés et croisés des phases précédentes, l'erreur, toujours diabolique, peut s'être encore moquée de tous les contrôleurs de service. La

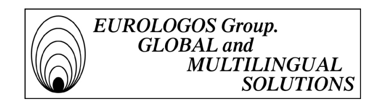


possibilité d'intervenir *in extremis* sur le texte n'est pas seulement théorique (par exemple, à cause d'une redondance très déplaisante entre le texte et l'image), pour ne pas parler des fautes provoquées fatalement par les mêmes opérateurs graphiques (coupures de mots, lignes ou mots "avalés" par l'ordinateur, titres intégrés dans les textes, etc.).
Le coût d'un "Bon à tirer" avec garantie dite "zéro défaut" est toujours élevé. Très élevé.

La pratique masochiste qui consiste à ne pas différencier les prestations sur la base d'une contractualisation ad hoc pour chaque niveau de qualité met le toujours convoité client dans la condition de prétendre le maximum pour le prix minimum. Et, par là, le rend même virtuellement mécontent des services reçus.

L'ignorance ne paie pas. Surtout dans un secteur avancé comme le nôtre.

Merci.



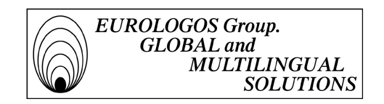
Annexe 4

“De Internationale Secretaresse”
“La Secrétaire Internationale”

La secrétaire à l'époque de la globalisation où l'offre est plus importante que la demande

Texte de la conférence de
Pascale Sterkendries,
Project Manager du
Groupe EUROLOGOS
www.eurologos.com

le 15 septembre 1998
au Palais des Congrès de Bruxelles



La clientélisation de l'entreprise moderne

Le mot “secrétaire” nous a été transmis par nos parents et grands-parents qui l'utilisaient à une époque bien différente de la nôtre. Moi qui ai été diplômée secrétaire il y a une douzaine d'années, je me souviens qu'ils me parlaient de ma future profession d'une façon déjà obsolète. En réalité, l'économie industrielle dans laquelle ils avaient vécu présentait depuis belle lurette **une demande bien plus importante que l'offre**. Il suffisait de fabriquer des produits pour qu'ils fussent plus ou moins automatiquement vendus. C'était le temps – les années 50-60 – où l'on arrivait à peine à produire ce que le marché demandait.

Cette époque est révolue. **Depuis les années 70 et 80**, dans nos marchés occidentaux, **l'offre dépasse de plus en plus la demande**. L'offre de produits est abondante et toujours en danger de surnombre. Ainsi, la structure des entreprises a dû changer radicalement. L'entreprise de papa de l'époque où la demande était reine n'existe plus.

L'entreprise moderne des années 90 et 2000 a dû se “clientéliser” (customisation).

Elle a dû se restructurer **afin de faire face à son défi fondamental qui est devenu la vente** (tandis qu'auparavant ce défi résidait fondamentalement dans la production).

Ainsi, tous les services et toutes les fonctions de l'entreprise moderne ont été réorientées vers la vente, vers la conquête et la fidélisation du marché.
Qu'en est-il donc aujourd'hui de la “secrétaire” ? Qu'est-elle devenue la secrétaire, l'éternelle secrétaire, dans ce nouveau contexte d'entreprise clientélisée?

La maîtrise du multilinguisme

L'on peut dire que la plus grande partie d'entre vous sera insérée dans des **postes-clés** des entreprises **en contact avec le marché**. Dans les postes d'accueil, dans les postes de communication aussi bien verbale et physique, qu'écrite et télématique. **Une fonction très active vers l'extérieur de l'entreprise**. Et de plus en plus stratégiquement décisive.

Pour ce faire, deux caractéristiques particulièrement modernes et typiquement de communication vous sont donc requises.

La première est celle **d'une maîtrise des langues parlées** : l'on ne conquiert pas les interlocuteurs en les obligeant à utiliser une autre langue que la leur.
D'où l'importance de votre capacité dialogique en syntonie avec la langue et la culture du client !

La deuxième caractéristique qui vous est demandée, est celle **d'une capacité de contrôle de la qualité de la communication écrite**. Le niveau high-tech et le know-how particulier de votre entreprise ne peut pas être bradé par une communication écrite stylistiquement approximative et handicapée par des fautes orthosyntaxiques.
Ce n'est pas par hasard si votre revue *Secretaresse/Secrétaire* présente à chaque numéro deux pages, en anglais et en allemand, de conseils en écriture de deux copywriters-traducteurs qui travaillent dans le Groupe EUROLOGOS que je m'honore de représenter.



La compétitivité face à la mondialisation

Et pour que l'entreprise puisse aujourd'hui communiquer à la hauteur des défis qui lui sont imposés par la compétitivité des marchés, il faut – comme préalable – qu'elle soit à même de **faire face au deuxième plus grand problème de notre époque : la globalisation**. Le premier problème, on vient de le voir, est l'offre qui est devenue prédominante par rapport à la demande.

La globalisation – on le sait – n'est rien d'autre que l'ouverture des marchés à **leur inéluctable mondialisation**. Même les petites et moyennes entreprises sont confrontées à la nécessité d'attaquer d'autres marchés, parfois géographiquement très lointains.
Mais s'attaquer à de nouveaux marchés, faire face à la globalisation exige une **communication globale multilingue**. Toute la publicité, tout le marketing et tout le positionnement de l'entreprise doivent devenir multilingues. Même les produits, conçus, fabriqués et perfectionnées en “langue maternelle”, c'est-à-dire pour les marchés locaux, doivent devenir multilingues. La technologie dont ils sont constitués doit être traduite et adaptée dans les nouvelles langues des **marchés-cibles**. De sorte que **les nouvelles traductions deviennent une partie intégrante de ces mêmes produits.**

Les langues des marchés-cibles

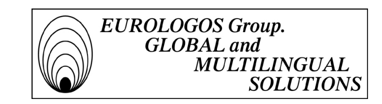
L'on ne peut pas vendre un produit s'il n'est pas doté de **la langue du marché-cible**. Les deux directeurs de notre société partenaire de Tokyo (qui parlent parfaitement l'anglais et le français) nous expliquent que le fameux protectionnisme japonais n'est rien d'autre que la chronique méconnaissance du japonais de la part des Européens. Les Japonais ont bien appris nos langues européennes pour conquérir nos marchés.

De surcroît, il s'agit non seulement de connaître la langue, mais souvent même de **respecter le géostyle spécifique à la langue écrite du marché cible**. Par exemple, si l'on veut attaquer le marché hollandais, il faudra utiliser une terminologie et un style linguistique propre aux Pays-Bas. Nous avons un client allemand de notre siège à Cologne, leader mondial de l'éclairage industriel et artistique (qui a éclairé le Louvre), qui nous a fait traduire son catalogue de 350 pages en deux éditions anglaises : l'anglais britannique pour la Grande-Bretagne et l'anglais international (l'américain fondamentalement). Et déjà il ne suffit plus de traduire en espagnol ou en portugais : le brésilien et l'argentin ont tendance à s'éloigner de plus en plus sur le plan phraséologique et orthographique du castillan et du portugais.

Bien que les géostyles italiens se différencient principalement sur le plan oral, le Groupe EUROLOGOS a ouvert deux sièges en Italie : à Milan et à Rome. C'est dire à quel point la perfection linguistique, son **excellence linguistique (géostylistique) et terminologique**, est devenue un facteur de marketing et de vente de tout premier plan !

Les fausses bonnes économies qui coûtent très cher

Et ici, je m'en voudrais de vous priver d'une occasion de commencer à vous moquer gentiment de vos futurs chefs (ce qui deviendra – peut-être à juste titre, d'ailleurs,– une de vos activités préférées).
Il n'est pas rare de rencontrer, même dans de très grandes entreprises, des cadres qui, **dans leur**



zèle d'économies tous azimuts, n'hésitent pas à couper les budgets des traductions et des publications multilingues (plaquettes, catalogues, manuels d'utilisation, etc.).
C'est très bien vu par la direction de faire des économies... ! Mais les malins ne s'aperçoivent pas qu'ils sont en train de **brader l'image même de leur société** : des économies dans la communication multilingue, ça peut coûter cher !

De surcroît, ces jeunes cadres, apparemment dynamiques et très futés, empêchent la valorisation linguistique et terminologique **des produits qu'ils devraient mettre en bonne posture pour la vente.**
Et c'est justement une secrétaire de direction anglaise qui m'a avoué un autre cas – typique d'ailleurs – de fausses bonnes économies dans la communication écrite de son entreprise. Elle avait pu vérifier que des économies importantes que le département marketing avait réalisées dans le publishing de leurs manuels d'utilisation (il s'agissait de produits télématiques) avaient été tragiquement réabsorbées par l'augmentation désastreuse des coûts du département après-vente.

Comme les manuels d'instructions étaient mal rédigés et encore plus mal traduits (parfois, pour économiser, l'on demande – même aux secrétaires – de traduire vers une langue qui n'est pas leur langue maternelle !), les clients trouvaient plus commode de téléphoner au service après-vente pour demander l'intervention sur place afin de faire fonctionner l'appareil. Mais qu'importe : le marketeur avait pu se vanter d'avoir réalisé d'importantes économies dans son département. Tant pis pour le département après-vente et pour l'image de marque de l'entreprise. Les fausses-bonnes économies de certains cadres : soyez vigilantes !

La qualité linguistique comme plus-value du produit lui-même

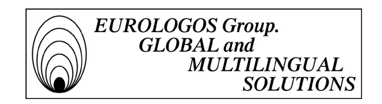
Comme les produits et les services doivent être vendus de plus en plus sur les marchés dont l'entreprise productrice ne maîtrise naturellement pas les langues, les **descriptifs techniques et publicitaires** dans les langues-cibles **exigent une qualité d'excellence : la langue comme facteur marketing**.
Ce n'est pas tout. Leur valeur technologique se trouve enrichie du fait que la terminologie de tous ses composants est bien définie. C'est comme si pour chaque langue de traduction, la valeur du produit était multipliée ! Voilà pourquoi les catalogues, les manuels d'utilisation et, naturellement, les dépliants ou brochures publicitaires constituent les points clés de la communication de l'entreprise moderne.

Et ce sont souvent les secrétaires qui s'occupent de cette tâche si délicate et stratégique.
On m'a demandé d'indiquer ici quelques règles à suivre pour éviter des échecs.
A vrai dire, pour ce faire trois dirigeants d'Eurologos ont écrit un livre de 250 pages – qui est en cours de réédition en six langues (FR, EN, NL, D, IT et ESP) : son titre est *Traduction, adaptation et éditing multilingue*.

Trois règles en trois minutes : *pour bien choisir son fournisseur*

Je vais vous en résumer les conseils en trois minutes et trois règles. Impossible? Pourtant la matrice culturelle de toute notre civilisation est fondée sur une dizaine de commandements !

Première règle : Faire traduire par une entreprise dotée d'une véritable localisation



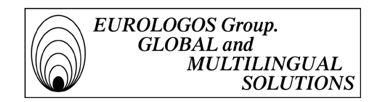
internationale. ***Eviter les boîtes aux lettres*** locales qui livrent des textes qu'ils ne savent ni lire ni écrire, c'est-à-dire qui n'ont pas de sièges ou de correspondants où la langue est parlée (les marchés-cibles). Ou alors, mieux vaut s'adresser directement à des free-lance !

Deuxième règle : S'assurer que ces entreprises disposent de départements ou de services intégrés de terminologie. Eviter comme la peste ceux qui promettent d'avoir des milliers de traducteurs “experts” dans tous les domaines (pas vrai !). ***Sans les mémoires de traductions***, c'est-à-dire sans des logiciels comme Trados ou IBM, ***pas de possibilité d'assurer de bons glossaires*** et de pouvoir les valider par des techniciens.

Troisième règle : Refuser de choisir des sociétés de traduction qui ne proposent pas le service intégré de traduction et de publication (mise en page, layout et illustration et, éventuellement, d'impression). La qualité linguistique et publishing, c'est-à-dire la ***Qualité Totale d'une publication***, peut être atteinte si l'on marie bien les mots aux images tout au long du processus du prépresse.

Par exemple, si on doit réaliser un site Web en quatre langues, non seulement il faut choisir une entreprise dotée d'un service interne de prépresse, mais elle doit également être en mesure de jongler avec le langage HTML et de localiser directement sur le provider le site multilingue.
Voilà les trois règles. Je vous avais promis de le faire en trois minutes. Il me reste encore trente secondes pour vous recommander une quatrième règle : vérifiez attentivement au préalable **que votre fournisseur dispose vraiment d'une organisation internationale, d'un département de terminologie et d'un important service de prépresse**.
Ne croyez pas aux promesses de ceux qui n'ont pas les moyens de les satisfaire véritablement. Nous les femmes, par ailleurs, devrions être habituées à **ne pas croire à l'overclaim des promesses !**

Merci.



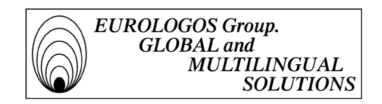
Annexe 5

La globalisation des marchés
et
la production de l'éditing multilingue

L'ingénierie linguistique
au service de la traduction
et
les débouchés offerts
aux jeunes diplômés

Texte de la conférence de
Sébastien Chipot,
Traducteur de Eurologos-Bruxelles
www.eurologos.com

le 30 avril 1999
à l'Université de Portsmouth



La globalisation des marchés
et
la production de l'éditing multilingue

Sommaire



1. Le Groupe EUROLOGOS

On assiste depuis ces dernières années à une accélération irréversible de globalisation des économies et cela amène les entreprises de tous les pays à devoir exporter encore plus leurs produits et services.
La communication publicitaire et technique s'en trouve donc accrue et le besoin de services multilingues de qualité s'est déjà grandement fait sentir.

Le Groupe EUROLOGOS, pour répondre à cette nouvelle demande en quantité et en qualité, s'est structuré pour faire partie des rares entreprises multilingues et multinationales qui, par le développement des nouvelles technologies appliquées dans le domaine de la traduction, se situent en position de leader sur ces marchés internationaux.

Le Groupe Eurologos a été fondé à Bruxelles en 1977. Comme toutes les agences déjà en place à cette époque, Eurologos se contentait de fournir uniquement un service linguistique de traduction et d'interprétation. En dépit d'une ambition croissante, Eurologos ressemblait fort à ce que l'on appelle aujourd'hui une société “boîte aux lettres” : une mini-entreprise locale utilisant le travail des free-lances.

Rapidement, le marché aidant, Eurologos a compris qu'une telle structure n'était tout de même pas stratégique. Et pour cause, conscient qu'on ne pouvait promettre la qualité linguistique sans avoir les moyens de la produire, le groupe dirigeant d'Eurologos a vite opté pour une autre politique.

C'est pourquoi, en plus des services de traduction et d'interprétation, il a crée en 1989, la société Littera Graphis qui gère les services prépresse, layout et impression. 1994 a vu la naissance de TELOS Advertising & Marketing, la société filiale du Groupe Eurologos spécialisée dans le copywriting multilingue.

Pour compléter les atouts de cette nouvelle politique, après la production de prépresse et celle de conception rédactionnelle, il fallait s'internationaliser.
En effet, la Grande Europe arrivant à grand pas, Eurologos a décidé d'ouvrir six autres sièges : Anvers, Athènes, Cologne, Milan, Rome et un siège à Tokyo.
La question stratégique sur le plan du marketing était simple, fallait-il délocaliser le marché ?
En réalité, il ne s'agissait pas de délocaliser mais de relocaliser, tout au moins, relocaliser les langues.
En effet, toute entreprise multilingue qui se respecte doit pouvoir garantir une qualité linguistique irréprochable. Pour ce faire, l'idéale est que l'on produise les traductions là où les langues sont parlées.
La globalisation l'exige : c'est ainsi que notre société a commencé à parcourir le monde afin d'implanter de nouvelles succursales. Nous allons, d'ici peu, ouvrir des filiales dans de grandes villes sur les différents continents. Nous sommes certains que saint Jérôme – Docteur de l'Eglise mais également grand polyglotte mondain et politique – ne confondra pas ambition professionnelle et Vanité Humaine : bien que mégalophobes comme tout bon traducteur, nous sommes condamnés à réaliser un projet intrinsèquement mégalomane : la Tour de Babel en négatif. Que l'on réfléchisse : il faudra ouvrir au moins une trentaine de sièges. En effet, si l'Unesco a répertorié 6500 langues (y compris le gallois, la gaélique et le breton, seulement – si



on ose dire – une quarantaine de langues sont économiquement importantes. Et je ne parle pas des langues géostylistiquement déterminées : l'anglais face à "l'américain international" ou le brésilien face au portugais.

2. Le marché de la traduction : positionnement marketing de l'offre

Mais comment se présente le marché actuel des services linguistiques ?

Le marché de la traduction peut se diviser en trois grands segments :
- les myriades de traducteurs indépendants,
- les petites entreprises exclusivement locales (même micro-entreprises)
- et les grandes entreprises réellement internationales.

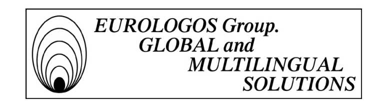
- Le premier segment, les traducteurs indépendants fournissent aussi bien les bureaux de traduction que les grandes entreprises, en direct. Ils ne travaillent que vers une ou deux langues et ne disposent généralement pas de mémoires de traduction et de glossaires terminologiques structurés.

- Le deuxième segment, celui des entreprises locales, est constitué par la catégorie d'entreprises dites "boîtes aux lettres". Elles prétendent tout traduire, vers toutes les langues... Mais il est évident qu'il s'agit d'*overclaim* : si vous rencontrez un des slogans trompeurs suivants "Plus de 1000 traducteurs et tous spécialisés", vous pouvez être certains que vous avez à faire à ces agences.
  En réalité, elles finissent par livrer aux clients des textes qu'elles ne savent – forcément – ni lire ni écrire : en effet, elles ne disposent pas de traducteurs internes de langues maternelles en mesure de réviser ces textes qu'elles reçoivent au courrier par les free-lances.
  Ces "boîtes aux lettres" – vous le comprenez – doivent fatalement cacher leurs free-lances aux clients et leurs clients aux free-lances.
  Ces "boîtes aux lettres" ne peuvent pas fournir de services d'éditing et/ou de multimédia.

- Le troisième segment est constitué de ce qu'on appelle les entreprises ***Trois M***.
  Elles sont constituées de **M**ultinationales, réellement **M**ultilingues et disposant de véritables départements **M**ultimédias.

3. La globalisation : produire là où les langues sont parlées

La maîtrise parfaite de sa propre langue constitue un élément crucial dans la production de la qualité linguistique. Donc, il faut faire traduire et réviser des documents par des locuteurs natifs. C'est ce qui explique nos succursales à l'étranger et notre plan d'en ouvrir encore plusieurs. Seuls les locuteurs natifs (et vivant sur place !) sont à même de juger de l'adéquation d'un texte original avec sa traduction. Eux seuls sont capables de prendre en compte et mesurer les écarts stylistiques et la conformité sociolinguistique d'un texte. Toute agence de traduction qui se respecte et prétendant fournir des services multilingues ne peut se contenter d'une seule installation nationale.



Le processus de traduction du Groupe Eurologos fonctionne suivant un schéma très simple. Le *project manager*, est chargé d'établir un emploi du temps aussi précis que possible. On dit en général, qu'on prend le temps nécessaire au traducteur pour traduire et qu'on le multiplie par deux pour obtenir un délai approximatif de livraison. En effet, le traducteur peut ne pas être conscient des difficultés que va lui causer ce texte.
Le project manager, à ce stade, aura déjà fait intervenir le terminologue de service du département Quality Control (j'y reviens ci-après).
Nos traducteurs travaillent toujours vers leur langue maternelle et en couple, l'un traduit et l'autre révise. Le réviseur doit apporter au texte les changements qui lui semblent nécessaires d'un point de vue sémantique et orthosyntaxique – on ne saurait livrer un texte criblé de fautes d'orthographe, de syntaxe et d'infidélités. Le traducteur initial confirme ou infirme les corrections apportées par son collègue : même le réviseur peut se tromper.
Une fois les contrôles et le travail d'homogénéisation terminés, le *project manager* se charge de livrer la fourniture au client.

4. Les 3 niveaux de qualité

Le Groupe EUROLOGOS a défini un contrat de qualité identifiant trois niveaux :

- **Niveau “qualité-traduction” :** ce niveau implique une restitution sémantique fidèle par rapport au texte source ainsi que l'acceptabilité syntaxique et orthographique des textes traduits.

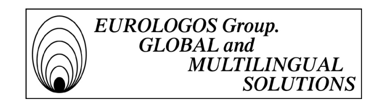
- **Niveau “qualité-adaptation” :** ce niveau requiert la préparation terminologique des textes à traduire. Le donneur d'ordre signifie au Project Manager ses exigences d'un point de vue thématique, morphologique et sociolinguistique. Le couple traducteur/réviseur établit un texte qui sera révisé et amélioré terminologiquement jusqu'à être livré.

- **Niveau “qualité-éditing” :** il s'agit pour EUROLOGOS d'assurer non seulement la traduction mais aussi les travaux de mise en pages (et parfois d'impression) grâce à l'intervention de notre filiale prépresse, Littera Graphis. Les textes livrés sont ainsi conformes au layout de référence, ce qui représente un gain de temps énorme pour le client qui ne doit s'adresser qu'à un seul fournisseur pour son produit.

Comme à chaque fois, dès qu'on a maîtrisé la complexité, tout devient simple, efficace et économique !

5. La terminologie : le futur de la traduction

Afin d'atteindre des niveaux de compétence accrus, le Groupe EUROLOGOS a décidé d'investir considérablement, il y a presque déjà dix ans, dans la terminologie. La terminologie alliée à l'informatique a – comme vous le savez – donné naissance à la terminotique ; c'est-à-dire la gestion de bases de données grâce à l'informatique. Les documents multilingues sont de plus en plus nombreux et techniques et c'est grâce à l'utilisation de l'ingénierie linguistique que l'on peut faciliter le processus traductif.
Le but du département de terminologie (Quality Control) est de réaliser et gérer des glossaires et des mémoires de traduction de manière à accroître non seulement la qualité linguistique mais également la productivité. Les clients pour lesquels nous créons des bases de données sont ainsi assurés que leurs traductions seront conformes au technolecte de leur entreprise – c'est-à-dire en



adéquation avec le vocabulaire propre utilisé par la société dans ses publications. Afin d'assurer cette précision linguistique, notre Groupe a choisi l'utilisation prioritaire des systèmes Trados qui regroupent 3 logiciels importants : une base de données (Multiterm), un programme d'alignement (WinAlign) et un gestionnaire de mémoires de traduction (Translator's Workbench).

- *Multiterm'95*

Le logiciel Multiterm'95 permet de générer et d'entretenir des bases de données en vue de construire des glossaires ou des dictionnaires multilingues. C'est dans ces bases de données que sont précieusement conservés les technolectes de nos clients.
L'opération initiale consiste à reprendre les anciennes traductions et à procéder au dépouillement terminologique du document : on relève en parallèle dans les deux textes les termes techniques.

Une fois ce dépouillement terminé, on peut commencer à construire la base de données en créant des fiches ; ces fiches comportent un seul concept et ses traductions dans les différentes langues utilisées par le client. Ce logiciel permet aussi d'insérer des informations complémentaires telles que des renseignements grammaticaux, des définitions, des synonymes, des contextes, les sources et si oui ou non le terme a reçu l'approbation du client. Lorsque les glossaires atteignent une taille importante, il est conseillé de les surveiller constamment afin d'éviter tous risques d'occurrences multiples.

Voici, en guise d'exemple une des fiches de notre glossaire New Holland :

TRADOS MultiTerm '95 Plus! - NEW-HOLL.MTW <Affichage>

Fichier Editer Affichage Recherche Aide

Index English | g* | Cible Français

gang | gang bolt | gap

Date de création	22.11.1996 - 05:54:12
Créé par	colette
Date de modification	29.07.1998 - 09:41:32
Modifié par	stéphanie
Classement de la fiche	1
N° de la fiche	**3244**
Subject Area(s)	Tractors
Client	NEW HOLLAND
Definition	[Gang bolt] Long threaded rod to be primarily used with a section of a disk horrow.
source	FNH :Tractor Glossary WP / English - 5 / 25 / 89

English	**gang bolt** source FNH Glossary - EN-PT - April 1989; Ford New Holland :Tractor Glossary WP / English - 5 / 25 / 89
Français	**boulon d'assemblage** source FNH Glossary - EN-FR - April 1989
Nederlands	**schroefspindel** source FNH Glossary - EN-NL - March 1989
Español	**perno para conjunto** source FNH Glossary - EN-ES - March 1989
Português	**tirante rosqueado (para grade de discos)** source FNH Glossary - EN-PT - April 1989

Démarrer | After Dark | Microsoft Word - conf1.doc | TRADOS MultiTerm '... | 13:04

- *WinAlign*

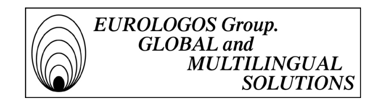
Ce logiciel permet d'aligner un texte source et un texte cible une fois que les traductions ont été effectuées. Cependant, si l'on ne possède pas les textes en format PC, il convient de numériser les textes papier au moyen d'un scanner. L'étape suivante est la sauvegarde des textes en format RTF afin de pouvoir les aligner avec WinAlign. Les deux textes sont alors confrontés et le logiciel procède à l'alignement en se fondant sur plusieurs critères de reconnaissance : chiffres, ponctuations, nombre de caractères, etc.

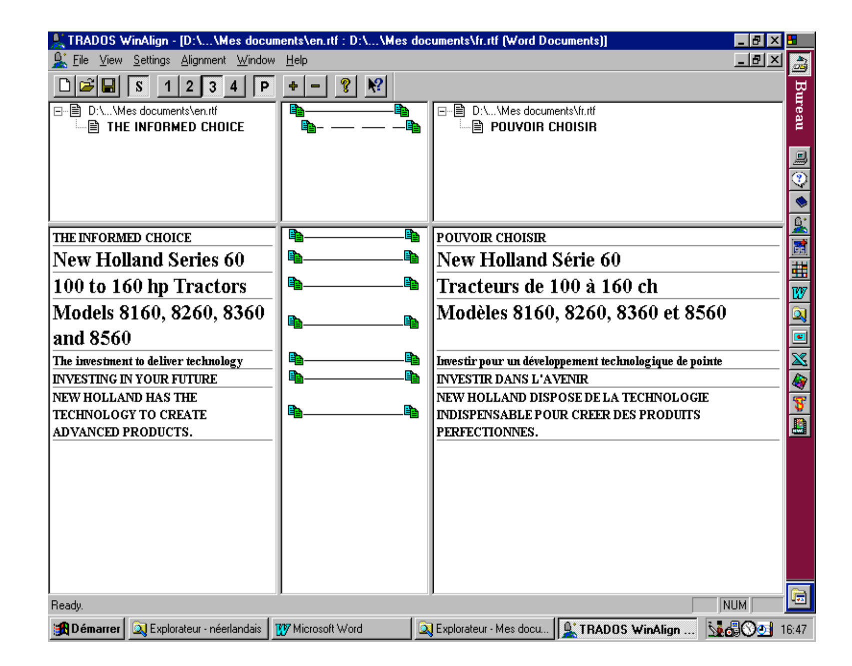
Lorsque l'alignement est achevé, le terminologue doit vérifier que les segments source ont bien été reliés avec les segments cibles, car il se peut qu'en raison de la ponctuation les segments aient été modifiés.

En effet, WinAlign considère toujours qu'un point "." termine une phrase. Or, ce n'est pas toujours le cas, comme en allemand, par ex. : 12. Januar, ou bien s'il est utilisé dans des abréviations.[4]

Voici un exemple extrait d'une brochure New Holland :

[4] Olejnik, S. Traductique Groupe EUROLOGOS, Technolectes et Terminologie, 1999 p.94





Les fichiers alignés peuvent ainsi être exportés vers la mémoire de traduction.

- *Translator's Workbench*

Ce programme – si l'on souhaite qu'il soit efficace et rentable – doit constamment faire l'objet de surveillance. Le terminologue doit aussi veiller à alimenter perpétuellement les mémoires de traduction afin de fournir aux traducteurs les meilleurs outils et les dernières mises à jour.
Il existe deux façons d'utiliser le Translator's Workbench : soit en prétraduction soit en traduction interactive.

*** La prétraduction**

Après avoir paramétré le logiciel, en lui indiquant notamment le seuil minimum d'analogie, on soumet le texte source au logiciel qui va aller puiser les segments cible dans les mémoires de traduction. Le résultat est le suivant :

TX BROCHURE - REF. 81003 - S99 REWORK

Le modèle TX63 est propulsé par un moteur New Holland peu polluant, avec une puissance brute de 168 kW (226 ch). La Discovery Cab est le nec plus ultra en matière de confort et de contrôle de l’opérateur, et la vitre courbée offre une vue dégagée de la barre de coupe et de la surface d’alimentation de la récolte. Un inverseur d’alimentation hydraulique permet de dégager tout blocage rapidement et aisément. La TX63 possède une trémie d’une capacité de 7200 litres.

Le premier segment correspond au segment source, le segment qui le suit directement représente la proposition de traduction, le petit chiffre entre crochet indique le seuil d'analogie, ici 73%. Cela signifie que la traduction est à 73% fiable, il se peut très bien qu'elle soit fiable à 100% mais que dû à une ponctuation différente le logiciel la considère comme différente.
Quant aux troisième et quatrième segments, ils ont une analogie de 100%, la correspondance est



donc parfaite.

Lorsque l'analogie n'est pas trouvée, le logiciel réécrit le segment source. Pour faciliter ce repérage, le Translator's Workbench utilise 4 couleurs sur écran : la couleur bleue désigne les segments source, le noir indique qu'il n'y a aucune analogie, le rouge indique une analogie approximative (entre 70 et 99%) et le vert indique une équivalence parfaite.

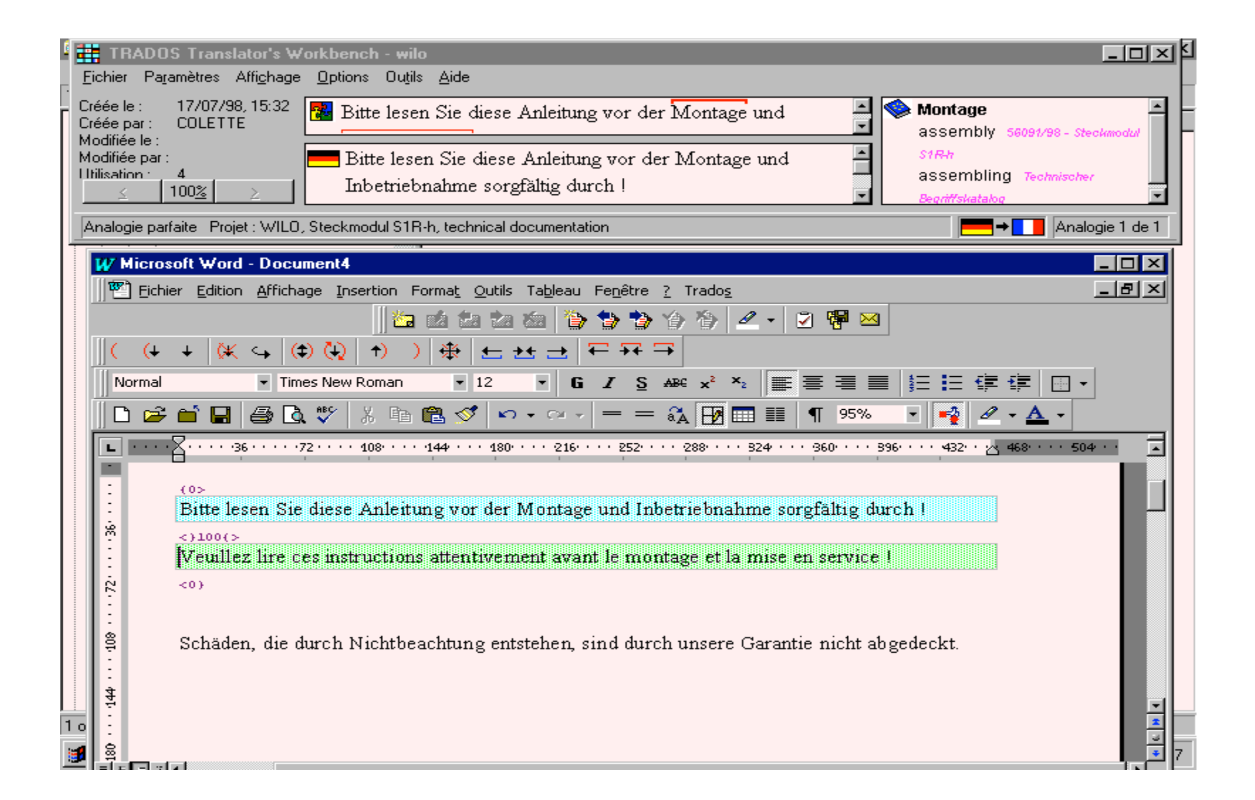
La dernière étape consiste au nettoyage du fichier : le logiciel supprime tous les segments source, il ne reste donc que la traduction.

*** La traduction interactive**

Cette façon de procéder est particulièrement efficace lorsqu'il s'agit de mettre à jours des brochures commerciales.
En effet, les portions de textes à modifier sont minimes car ce sont généralement des modifications d'ordre terminologiques. Grâce à une barre des tâches interactive, on peut accéder au logiciel de traduction à partir du traitement de textes.

Ce procédé consiste à ouvrir les segments les uns après les autres et de demander au logiciel s'il existe une traduction présente dans la mémoire. Le programme “pêche” alors les segments les uns après les autres. Si aucun segment n'a été trouvé ou est en dessous du seuil d'analogie, le traducteur doit donc rédiger lui-même la traduction. L'exemple suivant illustre l'analogie 0%.

Si le logiciel retrouve le segment cible, il le fera apparaître sous le segment source, voici un exemple illustrant une analogie à 100% : (voir page suivante)

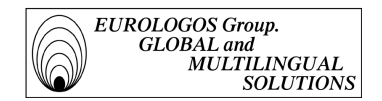


Lorsque le seuil d'analogie est inférieur à 100%, le Translator's Workbench affiche les solutions dans des couleurs différentes choisies par l'utilisateur. Le traducteur n'a donc qu'à valider les segments parfaits et modifier les segments dont les seuils d'analogie sont inférieurs à 100%. Il bénéficie en plus de l'aide de Multiterm qui affiche dans la fenêtre supérieure droite des propositions de termes.

6. Des places à prendre

En guise de conclusion, je rappellerai uniquement que le marché de la traduction offre de réelles opportunités pour les étudiants qui souhaitent vraiment s'investir dans les langues et dont l'amour des mots n'a pas de limites.
C'est un marché sur lequel la concurrence est rude : à la moindre erreur, le marché aura tôt fait de vous trouver un remplaçant. A l'époque du *"toujours plus vite et toujours mieux",* votre client ne vous pardonnera pas une fourniture de mauvaise qualité.
Pour bien se préparer à ce niveau élevé de compétitivité, n'hésitez pas à vous former en tant que terminologue et à participer à des stages en entreprises. Ils révéleront certainement vos atouts et faiblesses et vous permettront de mieux gérer votre avenir. Et qui sait, votre souci de la perfection – propre aux traducteurs – pourra faire du stagiaire que vous êtes, le futur employé de la société pour laquelle vous travaillez.

Merci.



Annexe 6

Mondialisation des marchés industriels et terminographie multilingue

La terminologie appliquée aux services de traduction et d'éditing multilingue

Texte de la conférence
de
Sandrine Olejnik
Terminology Dept. Manager
Eurologos Group-Brussels
www.eurologos.com
au
Congrès de l'Association
Européenne de Terminologie
Paris
1999



Comment l'impératif des exportations engendre la terminotique

La mondialisation croissante des économies et la globalisation avancée des marchés amènent les entreprises de tous les pays à devoir impérativement exporter leurs produits et services. La concurrence internationale qui en découle engendre la maximalisation de l'importance de la communication publicitaire et technique - pour ces mêmes produits et services – dans la recherche implacable de compétitivité. Ainsi, *les mots pour le dire* – à savoir, les dépliants de présentation, les manuels d'utilisation, les argumentaires de vente, etc. – deviennent toujours davantage parties intégrantes de ces mêmes produits et services. Souvent, ils en constituent même les facteurs principaux de différenciation. La qualité assurée des technolectes, se transforme, langue après langue, en la *précondition* de la conquête de tous les marchés. De surcroît, comme les nécessités marketing font que, de plus en plus, les traductions publicitaires et commerciales deviennent techniques et vice-versa, la précision linguistique et la séduction des styles deviennent convergents et inéluctables.

La terminotique se présente dès lors comme l'outil décisif et crucial pour la production de toute cette profusion de nouvelle littérature commerciale et multilingue nécessairement d'excellence. En correspondance avec l'apparition des nouvelles technologies qui ont permis d'allier la terminologie à l'informatique (la naissance de la terminotique), il y a eu une élite – très restreinte, il faut le dire – de sociétés de traduction qui ont investi dans des plates-formes en réseau et dans différents logiciels de terminologie. Au fil des années, il semble que la préférence vers le système Trados se soit affirmée par rapport aux autres.

Après presque deux lustres de la création des premiers départements opérationnels de terminologie, voici brièvement les principaux problèmes auxquels ces sociétés sont généralement confrontées.

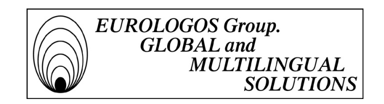
Tout d'abord, le cadre de cette évolution.
Trois lignes directrices semblent se définir pour la stratégie marketing de ce groupe de sociétés en vue de produire la Qualité Totale dans le domaine des services linguistiques. Celle-ci est devenue entre-temps un impératif des entreprises clientes.

La multinationalisation des entreprises de traduction ou la relocalisation des langues

Toute entreprise de traduction voulant se positionner parmi les leaders des marchés internationaux se doit d'être **M**ultinationale**,** **M**ultilingue, et **M**ultimédia : les entreprises dites des **Trois M**.

Multinationale : comme il faut produire la langue là où elle est parlée (qualité géo-style et coûts de production obligent !), il est nécessaire que l'agence de traduction dispose d'un réseau international et bien localisé de sièges : relocaliser les langues.

Multilingue : la production de documents commerciaux et publicitaires devient de plus en plus multilingue et exige la création de technolectes spécifiques avec l'utilisation de la traductique la plus moderne (terminologie et mémoires de traduction gérées sur place : géo-marketing oblige toujours).



Multimédia : il ne suffit plus de produire des textes, aussi multilingues et relocalisés soient-ils ; il faut également les mettre en pages pour l'impression sur support papier, CD ou même les localiser sur Internet s'il s'agit de Web publishing : le processus de contrôle de la qualité doit continuer jusqu'à la phase prépresse pour atteindre la conformité texte-layout.

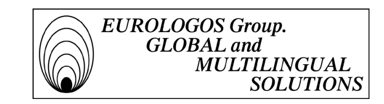
Afin de faire face à la technicité toujours plus importante de documents multilingues, l'utilisation de l'ingénierie linguistique pour faciliter le processus traductif s'est imposée tout naturellement ou, à vrai dire, tout artificiellement. En effet, les manuels, catalogues et autres plaquettes multilingues ne peuvent plus être traduits au niveau de l'excellence sans une utilisation systématique des terminologies appropriées et opportunément mémorisées.
En collaboration étroite avec les clients, il faut construire, développer et assurer la gestion des technolectes propres à chaque entreprise.
A présent, les traducteurs intégrés dans les processus de production disposant de mémoires de traduction garantissent ainsi l'homogénéité à la fois phraséologique et terminologique de leurs textes, synonyme de gain de qualité et de productivité accrues.

L'ingénierie linguistique, malgré tout. Et la culture professionnelle, naturellement

Cependant, nous ne cachons pas que la mise en place et la gestion d'un département de terminologie au sein d'une société de traduction n'est pas toujours chose facile.

- Tout d'abord, le problème d'investir considérablement, en équipements terminologiques, dans des logiciels terminologiques et surtout en personnel. Ceci demeure un obstacle de taille que peu d'entreprises osent ou peuvent franchir. L'activité terminologique requiert qu'on y consacre même des années avant d'être vraiment rentable. En effet, les bases de données doivent être constamment alimentées en termes validés avant de prouver leur efficacité. Elles doivent, de plus, être régulièrement "surveillées" afin d'éviter tout problème d'occurrences multiples, ce qui constitue le risque majeur lorsque les bases de données atteignent une certaine ampleur.
- Il n'est pas rare, ensuite, que beaucoup de traducteurs restent dubitatifs quant à l'utilité du travail terminologique au point que même des terminologues chevronnés ont du mal à faire reconnaître le bien-fondé professionnel et économique de leur activité. En effet, les traducteurs se plaignent de ne pas trouver au bon moment le terme approprié ou lorsque le terme existe, celui-ci n'apparaît pas dans la langue souhaitée... L'impatience de la rentabilité traductive engendre souvent les découragements fatalement hâtifs.
- La dernière difficulté à signaler est celle de la validation des glossaires. Afin que le répertoire créé par les terminologues puisse être utilisé pour les traductions des documents fournis par le client, il doit être validé par ses techniciens. On le sait, un concept (un signifié) devrait être désigné par un seul et même terme (signifiant) tout au long du document à traduire. Il incombe finalement (ou à ses filiales/distributeurs) au client d'effectuer le choix du "meilleur" terme ou, tout au moins, de participer à sa validation "définitive". Cette opération n'est malheureusement pas toujours réalisée rapidement par le client, faute de temps, de culture professionnelle et de budget.

Malgré ces difficultés, je persiste à croire que la terminologie et, plus en général, l'ingénierie linguistique, est bel et bien le futur de la traduction. La relative méconnaissance de cette

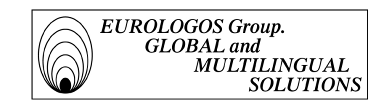


discipline fait que, encore aujourd'hui, son introduction dans les entreprises est lente. En effet, à l'exception des entreprises surtout allemandes et de quelques grandes multinationales qui ont astucieusement flairé le *goodwill* constitué par les technolectes multilingues bien localisés, encore peu de sociétés peuvent investir dans ce domaine, le personnel étant souvent réfractaire.
Il faut bien l'avouer, on vient seulement de commencer à peiner pour l'introduction des nouvelles technologies dans un métier attaché si traditionnellement – à juste titre d'ailleurs – au papier et au stylo. Non seulement les entreprises de traduction mais également l'AET et les écoles de traduction ont du pain sur la planche.

Merci.

- Sandrine Olejnik, diplômée en terminologie (français, allemand, anglais, espagnol), auparavant directrice des départements de terminologie du Groupe EUROLOGOS, a écrit l’ouvrage “Traductique Groupe EUROLOGOS. Technolectes et Traduction assistée par ordinateur” T.C.G. Editions – Bruxelles.

- Le Groupe EUROLOGOS, fondé en 1977 à Bruxelles, est une société de traduction, de services linguistiques et de publishing multimédia disposant de sièges sur quatre continents. Chaque siège fonde ses fournitures de qualité sur trois principes-piliers : “produire là où la langue est parlée”, “fonder cette production sur la terminotique comme futur de la traduction” et “assurer cette même production de l'éditing multilingue jusqu'au publishing multimédia”.



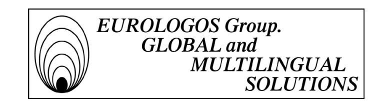
Principales références bibliographiques



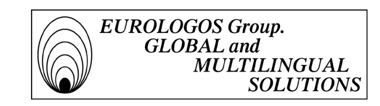
. Jörn Albrecht*, Linguistik und Übersetzung*, Niemeyer, Tübingen, 1973
. Alvar, M. , *Lexicología y lexicografía*, Almar, Salamanca, 1983
. Emmanuel Alexandre, *Créez vos publications d'entreprise*, Armand Colin, Paris, 1991
. Friedmar Apel, *Il manuale del traduttore letterario*, a cura di Emilio Mattioli e Gabriella Rovagnati, Guerini e associati, Milano, 1993
. Friedmar Apel, *Sprachbewegung*, Carl Winter Universitätsverlag, Heidelberg, 1982
Enrico Arcaini, *Analisi linguistica e traduzione,* Pàtron ed., Bologna, 1986
. R. Baccolini, R.M. Bollettieri, *Gavioli, Il doppiaggio*, Ed. Clueb, Bologna, 1994
. Massimo Baldini, *Manuale del perfetto scrittore,* Oscar Mondadori, Milano, 1996
. Prof. mr J.P. Balkema, Mr G.R. de Groot, *Recht en vertalen*, Deventer, Kluwer, 1987
. Michel Ballard, *La traduction à l'université*, P.U. Lille, 1993
. Michel Ballard, *La traduction de l'anglais au français*, Nathan Université, Paris, 1987
. Michel Ballard, *De Cicéron à Benjamin. Traducteurs, traductions, réflexions*, P.U. Lille, 1992
. Roland Barthes, *Le degré zéro de l'écriture*, Seuil, Paris, 1953
. Roland Barthes, *Fragments du discours amoureux*, Seuil, Paris, 1977
. Susan Bassnett-McGuire, *La traduzione, teorie e pratica*, Bompiani, Milano, 1993
. Georges L. Bastin, *Traducir o adaptar,* Universidad Central de Venezuela, 1998
. Roger Bell, *Translation and Translating : Theory and Practice*, Longman, Harlow, 1991
. Karl Heinz Bender, Klaus Berger, Mario Wandruszka, *Imago Linguae. Beiträge zu Sprache, Deutung und Übersetzen*, Wilhelm Fink Verlag München, 1977
. Vidal Beneyto J. (dir), *Las industrias de la lengua*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Puipérez, 1991
. Alain Berenboom, *Le droit d'auteur*, Maison Larcier, Bruxelles, 1984
. Antoine Berman, *Les Tours de Babel,* T.E.R. Editions, Paris, 1985
. Antoine Berman, *La traduction et la lettre ou l'auberge du lointain,* in : *Les Tours de Babel*, T.E.R Editions, Paris, 1985
. Vijay Bhatia, *Analysing Genre : Language Use in Professional Settings*, Longman, Harlow, 1993
. Daniel Blampain, André Goosse, *Le français en Belgique*, Duculot, Louvain-la-Neuve, 1997
. H. Bloemen, E. Hertog & W. Segers, *Letterlijkheid, woordelijkheid = literality, verbality*, Fantom, Antwerpen/Harmelen, 1995
. Dominique Boullier et Marc Legrand, *Les mots pour le faire*, Ed. Descartes, Paris, 1990
. Pierre Bourdieu, *Ce que parler veut dire*, Fayard, Paris, 1982.
. Bettina Bovinelli e Serena Gallini, *Il doppiaggio. Trasposizioni linguistiche e culturali*, CLUEB ed., Bologna, 1994
. Jean Brauns, *Comprendre pour traduire*, Maison du Dictionnaire, 1981
. Erik Brissot, *Les métiers de l'image*, Bayard Ed., Paris, 1990
. V.Rajaud, M.Brunetti, *Traducir*, Dunod, Paris, 1992
. Judith Butcher, *Copy-éditing*, Cambridge University Press, 1994
. María Teresa Cabré, *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*, Barcelona, Antártida, 1993
. María Teresa Cabré, *La enseñanza de la terminología : uniformización y diversidad*, in : *Actas del Coloquio Iberoamericano sobre enseñanza de la terminología*, Granada : Publicaciones de la Universidad de Granada, 1992
. Louis-Jean Calvet, *L'Europe et ses langues*, Essai Plon, Bruxelles, 1993
. Edmond Cary, *Comment faut-il traduire ?*, P.U. Lille, 1985
Edmond Cary, *Les grands traducteurs français*, Librairie de l'Université Georg, Genève, 1963
. Enrico Catani, *Teoria e pratica della traduzione,* Edizioni Quatro Venti, Urbino (IT), 1983
. Bernard Cathelat, *Sociostyle-système*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1990
. Paul Chavy, *Traducteurs d'autrefois*, Champion-Slatkine, Paris-Genève, 1988
. Hélène Chuquet, *Pratique de la traduction*, Ophrys, Gap, 1990
. Nicolas Cirier, *Un correcteur fou à l'imprimerie royale*, Editions des Cendres, Paris, 1987
. Jean-Claude Corbeil, *Quinze ans de politique terminologique au Québec*, dans *Terminologie diachronique*, Actes du colloque organisé par le Centre de Terminologie de Bruxelles Institut Libre Marie Haps, rédaction de Caroline de Schaetzen, 1988
. M.J.G. de Jong*, Vadertaal en moederland. Over het Nederlands in de Lage Landen en Europa*, Davidsfonds/Clauwaert, Leuven, 1996
. Jean de la Guérivière, *Belgique : la revanche des langues*, Seuil, Paris, 1994
. D. Delabastia, Theo Hermans, *Vertalen historisch bezien. Tekst, metatekst, theorie*, Stichting Bibliographia Neerlandica, 's Gravenhage, 1995
. Maurice Delcroix, Fernand Hallyn, *Introduction aux études littéraires*, Duculot, Paris, 1987



. Jean Delisle, *L'Analyse du discours comme méthode de traduction*, Editions de l'Université d'Ottawa, 1981
. Jean Delisle y Georges L. Bastin, *Iniciación a la traducción, Enfoque Interpretativo, Teoría y Práctica,* Universidad Central de Venezuela
. Jean Delisle, Judith Woodsworth, *Les traducteurs dans l'histoire*, Les Presses de l'Université d'Ottawa, Editions Unesco, 1995
. Claude Demanuelli, Jean Demanuelli, *Lire et traduire*, Masson, Paris, 1991
. Jacques Deschepper, *Savoir communiquer avec les journalistes*, Editions Eyrolles, Paris, 1990
. Philippe Devisme, *Packaging, mode d'emploi*, Dunod, Paris, 1991
. Philippe d'Iribarne, *La logique de l'honneur. Gestion des entreprises et traditions nationales,* Seuil, Paris, 1989
. John Dodds, *La traduzione*, Instituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Roma, 1993
. Jean-Marie Douchy, *Vers le "zéro défaut" dans l'entreprise*, Dunod, Paris, 1986
. Johann Drumbl, *Die Verantwortung für das Wort*, in : *Atti del convegno internazionale. Tradurre : Teoria e esperienze*, Provincia autonoma di Bolzano, 1987
. Alain Duchesne, Thierry Leguay, *Petite fabrique de littérature*, Edition Magnard, Paris, 1985
. Christine Durieux, *Fondement didactique de la traduction technique*, Didier Erudition, Paris, 1988
. F. Duvillier, U. Grüber, *Dictionnaire bilingue de la publicité et de la communication,* Dunod, Paris, 1990
. Tudor Eliad, *Les secrets de l'adaptation*, Ed. Dujarric, Paris, 1981
. Bernal Enjuto, Jorge, et al., *Tres conferencias sobre la traducción/Three Lectures on Translation, Río Piedras*, Escuela Profesional de Traductores, 1971
. Alain Etchegoyen, *Le capital lettres*, Ed. F. Bourin, Paris, 1990
. Jean-Christian Fauvet, Jean-René Fourton, *La passion d'entreprendre*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1985
. Jean-Marie Fortin, *L'apport de la terminologie dans la promotion d'une langue*, in : *Terminologies nouvelles*, n°6, 1991
. Philippe Gaillard, *Techniques du journalisme*, PUF, Paris, 1985
. François Gallix, Walsh Michael, *Pratique de la traduction*, Hachette-Classiques, Paris, 1991
. Pierre Ganz, *Le reportage radio & télé*, Presse et formation, Paris, 1988
. Georges Garnier, *Linguistique et traduction*, Paradigme, Caen, 1985
. Jean Georges, *L'écriture mémoire des hommes*, Découvertes Gallimard, Paris, 1987
. Gietz, R. : *Terminología científico-técnica y traducción automática : el punto de vista del traductor*, Buenos Aires, SIIT, 1991.
. Italo Girardi, *Le professioni linguistiche*, Sovera Multimedia, Roma, 1992
. Daniel Gouadec, *Le traducteur, la traduction et l'entreprise*, Afnor Gestion, Rennes, 1989
. Françoise Grellet, *Apprendre à traduire*, Presses Universitaires de Nancy, 1991
. Maurice Grévisse, *Le Bon Usage*, 1936. Publié par André Goosse, treizième édition, revue et complétée, Duculot, Paris, 1993
. Blanche Grunig, *Les mots de la publicité*, Presses du CNRS, Paris, 1990
. Claude Hagège, *L'homme de paroles*, Fayard, Paris, 1985
. Claude Hagège, *Le français et les siècles*, Odile Jacob, Paris, 1987
. Evelyne Hatch, *Discourse and Language Education*, Cambridge Language Teaching Library, Cambridge University Press, 1992
. Basil Hatim, Ian Mason, *Discourse and Translator*, Longman, Harlow, 1990
. Ulrich Heid, *Attentes des terminologues à l'égard des programmes d'élaboration des dictionnaires*, in : *Terminologie diachronique*, op. cit.
. Thomas Heller, *La communication audiovisuelle d'entreprise*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1990
. Jean Herbert, *Manuel de l'interprète*, Librairie de l'Université Georg, Genève, 1952
. Ad Hermans, *Dictionnaire des termes de la sociologie*, Ed. Marabout, Bruxelles, 1993
. J. Hermans, P. Simoens, P. Jansen (reds.), *Taal, vertaling, management. Verkenning in een economisch niemandsland*, The CERA Chair of Translation, Leuven, 1994
. Michael Hoey, *Patterns of Lexis in Text*, Oxford University Press, 1991
. Hans G. Hönig, *Strategie der Übersetzung*, Gunter Narr Verlag, Tübingen, 1996
. H. W. Hollander, *Vertalen. Een eerste kennismaking*, Het Spectrum, Utrecht, 1988
. Michel Huguier, Hervé Maisonneuve, *La rédaction médicale*, Doin, Paris, 1992
. Amparo Hurtado Albir, *La notion de fidélité en traduction*, Didier Erudition, Paris, 1990
. Férid Jemaa, *Dictionnaire bilingue de l'infographie,* Editions Eyrolles, Paris, 1992
. Volker Kapp, *Übersetzer und Dolmetscher*, Francke Verlag Tübingen, 1991
. Hans P. Krings, *Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht*, Gunter Narr Verlag, Tübingen, 1986
. Michel Krzak, *Terminologie et traduction*, in : *La traduction : de la théorie à la didactique,* P.U. Lille, 1986



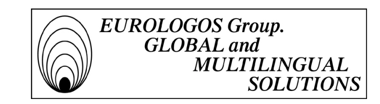
. Jean-René Ladmiral, *Traduire* : *théorèmes pour la traduction*, Payot, Paris, 1989
. Jean-René Ladmiral, *Pour la traduction dans l'enseignement des langues*, in : *La traduction : de la théorie à la didactique,* op. cit.
. Pierre Lambert, *Le secret professionnel*, Larcier, Bruxelles, 1985
. Arthur Langeveld, *Vertalen wat er staat*, De Arbeiderspers, Amsterdam, 1986
. Valéry Larbaud, *Sous l'invocation de saint Jérôme,* Gallimard, Paris, 1946
. A. Lefevere, R. Vanderauwera (reds.), *Vertaalwetenschap : literatuur, wetenschap, vertaling & vertalen*, ACCO, Leuven, 1979
. Theodor Levitt, *The Marketing Mode*, 1969
. Marcel Levy, *Guide pratique pour réaliser son journal,* Chotard Editeurs, Paris, 1989
. Georges Lustain, *A travers l'épaisseur des termes. Traduction spécialisée et terminologie diachronique*, in : *Terminologie diachronique*, op. cit.
. Marella Magris, *Polisemia ed omonimia*, in : *Traduzione, Società e Cultura*, Campanotto Editore, Udine, 1992
. Jean-Luc Martin-Lagardette, *Les secrets de l'écriture journalistique*, Syros, 1987
. André Martinet, *Eléments de linguistique générale*, Armand Colin, Paris, 1991
. Françoise Massart-Piérard, *La langue : vecteur d'organisation internationale,* Editions d'Acadie, Louvain-la-Neuve (BE), 1993
. Jean Mazaleyrat, Georges Molinié, *Vocabulaire de la stylistique,* PUF, Paris, 1989
. Michael Mc Carthy, *Discourse Analysis for Language Teachers*, Cambridge University Press, 1991
. Henry Morier, *Dictionnaire de la poétique et de la rhétorique*, PUF, Paris, 1981
. Georges Molinié, *Eléments de stylistique française*, PUF, Paris, 1986
. Georges Mounin, *Histoire de la linguistique*, PUF, Paris, 1985
. Georges Mounin, *Les problèmes théoriques de la traduction,* Gallimard, 1963
. Georges Mounin, *Dictionnaire de la linguistique*, PUF, Paris, 1974
. A. Neijt, V. Fromkin, R. Rodman, *Universele taalkunde. Een inleiding in de algemene taalwetenschap*. ICG Publications, 6de druk, Dordrecht, 1994
. Siri Nergaard, *La teoria della traduzione nella storia,* Strumenti Bompiani, Milano, 1993
. Peter Newmark, *Approaches to Translation*, Pergamon Press, Hemel Hempsead (GB), 1982.
Traduit par Flavia Frangini pour l'édition italienne *La traduzione : problemi e metodi*, Garzanti, Milano, 1988
. Peter Newmark, *Paragraphs on Translation*, Multilingual Matters Ltd., Clevedon, Philadelphia, Adelaide, 1993
. Peter Newmark, *About Translation*, Multilingual Matters Ltd., Clevedon, Philadelphia, Adelaide, 1991
. Peter Newmark, *A Textbook of Translation*, Phoenix Elt, Hemel Hempstead (GB), 1995
. Christiane Nord, *Einführung in das funktionale Übersetzen*, Francke Verlag Tübingen und Basel, 1993
. José Ortega y Gasset, *Miseria e splendore della traduzione*, Sugarco Edizioni, Milano, 1937
. Pascaline Oury, *Rédiger pour être lu*, De Boeck, Bruxelles, 1990
. Fritz Paepcke, *Im Übersetzen leben. Übersetzen und Textvergleich*, Gunter Narr Verlag Tübingen, 1986
. John Peacock, *Multilingual Dictionary of Printing and Publishing Terms*, Blueprint, 1992
. W. Penninckx, Paul Buyse, *Vertaalgids*, Zesde herziene en vermeerderde druk, UGA, Kortrijk, 1996
. Maurice Pergnier, *La traduction, les structures linguistiques et le sens*, in : *La traduction : de la théorie à la didactique,* op. cit.
. Elena García Pilar, *Aspectos teóricos y prácticos de la traducción*, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 1990
. Yves Plasseraud, *Choisir, protéger et gérer vos marques*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1977
. Josiane Podeur, *La pratica della traduzione*, Liguori Editore, Napoli, 1993
. Katharina Reiß, H.L. Vermeer, *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*, Max Niemayer Verlag, 1991
. Jacques Richez, *Textes et prétextes*, Ed. du P.S., Bruxelles, 1980
. Jean-Jacques Robrieux, *Eléments de rhétorique et d'argumentation*, Dunod, Paris, 1993
. Jean-François Rozan, *La prise de notes en interprétation consécutive,* Librairie de l'Université Georg, Genève, 1974
. Geoffrey Samuelson-Brown, *A Practical Guide for Translators*, Multilingual Matters LTD, Clevedon, 1995
. Federica Scarpa, *La traduzione della metafora*, Bulzoni Editore, Roma, 1989
. Federica Scarpa, *Studi sulla traduzione tecnica e letteraria*, Edizioni Lint, Trieste, 1990
. Danica Seleskovitch, Marianne Lederer, *Interpréter pour traduire*, Didier Erudition, Paris, 1993
. Danica Seleskovitch, *L'interprète dans les conférences internationales*, Lettres Modernes, Paris, 1968
. Michel Serres, *La traduction,* Les Editions de Minuit, Paris, 1974
. David Snelling, *Strategies for Simultaneous Interpreting*, Campanotto Editore, Udine, 1992
. George Steiner, *Après Babel*, Albin Michel, Paris, 1978
. Alain Strowel, *Droit d'auteur et copyright,* Faculté de Droit de l'Université Catholique de Louvain, 1993



. Eliad Tudor, *Les secrets de l'adaptation*, Editions Dujarric, Paris, 1981
. Raymond van den Broeck, *Inleiding tot de vertaalwetenschap*, ACCO, Leuven, 1972
. Raymond van den Broeck, Erik Hertog, *Mens en machine in de vertaalopleiding*, Fantom, Antwerpen/Harmelen, 1992
. Raymond van den Broeck, A. Lefevere (reds.), *Uitnodiging tot de vertaalwetenschap*, Coutinho, Muiderberg, 1979
. Arcadio Rojo, *La invención ingeniera informática. La invención social : un nuevo saber distinto del cientifico*, Anthropos
. H. van Gorp e. a., *Lexicon van literaire termen*. *Stromingen en genres, theoretische begrippen, retorische procédés en stijlfiguren*, Wolters, 6de druk, Leuven, 1991
. Henri Van Hoof, *Histoire de la traduction en Occident*, Duculot, Paris, 1991
. Henri Van Hoof, *Précis pratique de traduction médicale,* Maloine, Paris, 1986
. K. van Leuven-Zwart, *Vertaalwetenschap : ontwikkelingen en perspectieven*, Coutinho, Muiderberg, 1992
. G. Vazquez-Ayora, *Introduccion a la traductologia : Curso básico de la traducción,* Washington, D.C., Georgetown University Press
. Peter Verstegen, *Vertaalkunde versus vertaalwetenschap*, Thesis Publishers, Amsterdam, 1993
. Jean-Pierre Vitrac, *Le design industriel*, Edition du Moniteur, Paris, 1984
. Michel Voirol, *Guide de la rédaction*, Presse et formation, 1988
. Otto Vollnhals, *Multilingual Dictionary of Electronic Publishing*, K.C. Saur, 1996
. Voltaire, *Lettres philosophiques*, Larousse, Paris, 1972
. Henriette Walter, *L'aventure des langues en Occident*, Robert Laffont, Paris, 1994
. A. Weijnen, *De kunst van het vertalen. Beginselleer*, W. Bergmans, Tilburg, 1946
. Valentín Garciá Yebra, *Teoría y práctica de la traducción*, Madrid, Editorial Gredos, 1982
. Valentín García Yebra, *En torno a la traducción : teoría, crítica, historia*, Grebos, Madrid, 1989
. Valentín García Yebra, *Traducción : historia y teoría*, Gredos, Madrid, 1994
. Zierer, Ernesto, *Algunos conceptos básicos de la ciencia de la traducción*, Trujillo, Perú, Universidad Nacional de Trujillo, 1979

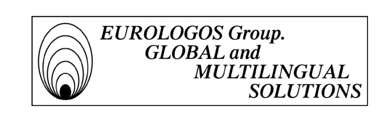
Publications et auteurs divers

. *Bibliografía básica sobre traducción y terminología*. México, El Colegio de México, 1986
. *Kosmos Groot Citatenboek*, Utrecht/Antwerpen, Kosmos-Z&K Uitgevers, 14de druk, 1997
. *Actas del Coloquio Iberoamericano sobre enseñanza de la terminología*, Granada : Publicaciones de la Universidad de Granada, 1992
. *Actes des neuvièmes assises de la traduction littéraire* (Arles 1992), *Actes Sud*, Paris, 1993
. *Atti del convegno internazionale Trieste*, (Claudio Magris, Umberto Eco), Campanotto Editore Udine, 1993
. FEDERLINGUA NEWS n° 3 (périodique de l'Association professionnelle de la traduction, de l'interprétation et des services linguistiques), Bruxelles, 1990
. *Introduction aux études littéraires*, sous la direction de Maurice Delcroix et Fernand Hallyn, Duculot, 1987
. *L'ABC du droit d'auteur,* Les Presses de l'Unesco, Paris, 1982
. *La liberté en traduction*, Actes du colloque international tenu à l'E.S.I.T. les 7, 8 et 9 juin 1990, réunis par Marianne Lederer et Fortunato Israël, Didier Erudition, Paris, 1991
. *Terminologie diachronique*, Actes du colloque organisé par le Centre de Terminologie de Bruxelles, Institut Libre Marie Haps, rédaction de Caroline de Schaetzen, 1988
. *The Interpreter's newsletter*, périodique de l'Université de Trieste (S.S.L.M.I.T.)
. *Idioma*, Revue de linguistique et traductologie, Institut Cooremans, Bruxelles, 1995
. *Terminologie et traduction*, CEE, Bruxelles-Luxembourg, 1994
. *La traduction littéraire, pratique et perspective*, Table ronde organisée par la FIT, Paris, 1986
. *Traduire*, Revue française de la traduction, Paris, trimestrielle
. *La traduction au cœur de la communication*, Actes du congrès FIT à Brighton, 1993
. *La traduction. De la théorie à la didactique,* Etudes réunies par Michel Ballard, Presses Universitaires de Lille, 1986
. *La traduction plurielle.* Textes réunis et présentés par Michel Ballard, Presses Universitaires de Lille, 1990
. *Le linguiste* (périodique de la CBTIP*),* Bruxelles, 1986/1-2, 1987/3
. *Les Tours de Babel*, Essais sur la traduction, Editions Trans-Europ-Repress, Paris, 1985
. *Technologie au service des langues,* Colloque de la Bourse des langues de Bruxelles, Centre d'animation en langues, 1987



. Pierre Lusson et Léon Robel, *Traduction générale et traduction rythmique : vers la théorie*, in : *Poésie/Traduction*, numéro spécial de la revue Encrages, Printemps-été 1980
. *Terminologies nouvelles*, Revue semestrielle de l'Agence de coopération culturelle et technique de la Communauté française de Belgique, n° 6, 1991
. *Le concept de clarté dans les langues et particulièrement en français*, Revue de l'Institut de Sociologie, Colloque de l'Institut des Hautes Etudes de Belgique, Bruxelles, 1988
. *Répertoire des produits et services de traitement automatique de la langue française,* Observatoire des industries de la langue sous la direction d'André Abbou, Editions Daicadif, Paris, 1989
. *Traduction assistée par ordinateur*, Observatoire des industries de la langue sous la direction d'André Abbou, Editions Daicadif, Paris, 1988
. *Conseil international de la langue française*, Dictionnaire de la presse et des Médias, CILF, 1991
. *Défense de la langue française*, périodique de la même Association, Paris
. *Target* (International Journal of Translation Studies), périodique, John Benjamins Publishing, Amsterdam-Philadelphia
. *Le langage et l'homme*, Institut Libre Marie Haps, Revue trimestrielle, Bruxelles
. *Le concept de clarté dans les langues et particulièrement en français*, revue de l'Institut de sociologie, Université libre de Bruxelles, 1989 (1-2)
. *Babel*, Revue internationale de la Traduction, trimestriel, John Benjamins Publishing, Amsterdam-Philadelphia
. *Newsletter FIT*, trimestriel de la Fédération Internationale des Traducteurs, Paris
. *Traduzione*, *società e cultura*, publications de l'Ecole Supérieure de Langues Modernes pour Interprètes et Traducteurs de l'Université de Trieste
. *Language International*, monthly journal of Translation, Localization, Interpreting and Global Communication, John Benjamin Publishing, Amsterdam
. *Voice over, narration et commentaire*, Karina Pönniö, intervention à l'International Forum Strasbourg des 22-24 juin 1994 organisé par la FIT (Fédération Internationale des Traducteurs) intitulé *Communication audiovisuelle et transferts linguistiques.*
. Franco Crevatin, in : *First International Symposium of Conference Interpreting at the University of Trieste*, Campanotto ed., Udine, 1989
. *Cuadernos de traducción e interpretación/Quaderns de traducció i interpretació*, Escuela Universitaria de Traductores e Intépretes, Universitad Autónoma de Barcelona, 1982

Nous nous devons tout particulièrement de signaler un ouvrage bibliographique (anglais-français) très important réalisé par un "collectif" de professeurs de l'Ecole de traducteurs et d'interprètes de l'Université d'Ottawa, sous la direction de Roda P. Roberts :
Bibliographie du traducteur (Translator's Bibliography), **Les Presses de l'Université d'Ottawa, 1987.**
Cet ouvrage reprend la bibliographie déjà publiée par Jean Delisle et Albert Lorraine et comprend plus de 2000 titres de livres et d'articles se rapportant aux problèmes de la traductologie, de la terminologie, de l'interprétation et de l'écriture multilingue.



Florilège des critiques



Ils ont lu nos livres
They've read our books
Hanno letto i nostri libri
Eles leram os nossos livros
Zij hebben onze
boeken gelezen
Han leído nuestros libros
Sie haben unsere Bücher gelesen

"Quality is a key word throughout the book, and very rightly so."

David Morris, The Translator, St Jerome Publishing, UK (1995)

« Cet ouvrage constitue une référence utile concernant toutes les techniques de services linguistiques et multimédias disponibles actuellement et dont le ton libre et caustique ne laisse pas indifférent. »

Terminométro n° 17-1995 (Édition française)

"Altresì interessante è il modello proposto nel libro del processo di realizzazione di un editing multilingue e la differenziazione che si opera tra i tre livelli di qualità del prodotto finale della traduzione."

Franco Crevatin, SSLMIT dell'Università di Trieste (1994)

« ... un excellent ouvrage de réflexion sur les problèmes de la

traduction, qui intéressera non seulement les ingénieurs concernés par les nouvelles technologies linguistiques, mais également tous les ingénieurs et les dirigeants d'entreprises. »

Ingénieur & Industrie no 53 – Bruxelles (1994)

"Franco Troiano has a gift for description. The sights and sounds of Brussels are vividly re-created..."

Mary Cotton, Translation, Newsletter FIT (1997)

« Un ouvrage à conseiller aux utilisateurs de traduction, notamment aux publicitaires, aux jeunes traducteurs... et aux moins jeunes traducteurs qui ne souhaitent pas être dépassés par l'évolution. »

Maurice Voiturier, Traduire n° 161, Paris (1995)

"... os autores tomam a palavra enquanto fundadores e responsáveis da EUROLOGOS, apoiados no successo comercial e na junção de mercado desta empresa na Bélgica e na Europa."

Terminometro n° 17-1995 (Edição Portuguesa)

"Nos encontramos ante una concepción teórica asumida que no nace de la mera especulación, sino que está respaldada por la larga experiencia de los autores."

Joaquín García Palacios, Professor, Universidad de Salamanca, España (1998)



“La palabra clave respecto a esas exigencias es la calidad, por lo cual el traductor encontrará en este libro un análisis detallado…”

Terminómetro n° 17-1995 (Edición española)

“In this book the complexity of translation is fully recognised, and emphasis is placed on the quality of the end product, in relation to the translation market.”

Myriam Salama-Carr, Course tutor, University of Salford, UK (1998)

“Zo kan het boek een degelijke oriëntatie zijn voor onze studenten aan de Hogescholen voor Vertalers en Tolken.”

Hugo Ruysevelts, Docent aan de Vlaamse Economische Hogeschool te Brussel (1998)

„Das Hauptverdienst des Buches ist, eine Definition des Begriffs “sprachliche Qualität” für pragmatische und mehrsprachige Texte gegeben zu haben. Handbuch der Übersetzung in Belgien.“

Guide de la traduction en Belgique Optimal Editors (1994)

“Finally, and most unexpectedly, it can be read for sheer pleasure, since the authors have a gift for language, a delicious sense of humour and a most lively style.”

Geoffrey Kingscott, Language International (1994)

„Welches Profil zeichnet sich in diesem Buch vom Übersetzer ab? [...] Dieser Auffassung [im Buch präsentiert] ist vorbehaltlos zuzustimmen. In der Ausbildung von Dolmetschern und Übersetzern sollte sie leitend sein.“

Priv.-Doz. Dr. Heidi Aschenberg, Universität von Heidelberg (1998)

« Enfin un livre qui traduit vraiment les difficultés des adaptations multilingues sans jamais devenir l’interprète de l’agaçant couplet “ma vie, mon œuvre”. Littéralement passionnant. »

Marc Audrit, Account Director Young & Rubicam

« Ce livre qui explique aux clients les secrets de la qualité des documents, est également une lecture conseillée aux étudiants des instituts pour traducteurs... »

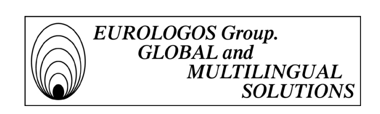
Ad Hermans, Professeur à l’Institut Libre Marie Haps et chef de projets au Centre de Terminologie de Bruxelles (1999)

“A book that aims to illustrate Eurologos’ combat against the idea that “literal translations are necessarily bad translations””

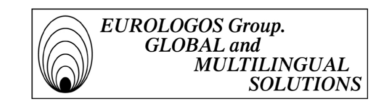
Language International, Issue 10.4 (1998)

« Les auteurs parlent en connaissance de cause. Ils font même montre d’un niveau de conceptualisation élévé. »

Giancarlo Marchesini, Professeur à l’École de Traduction et d’Interprétation de l’Université de Genève (1998)



Notes



[1]Si nous n'avons pas la prétention d'écrire un ouvrage de traductologie, il ne nous déplairait pas qu'on puisse inscrire au moins une partie de nos pages dans le travail qu'Antoine Berman définit par "expérience et réflexion", dans son essai *La traduction et la lettre ou l'auberge du lointain*, T.E.R. Editions. Au couple "théorie et pratique" il oppose, en effet, très pertinemment le couple "expérience et réflexion", surtout en considération du fait qu'il n'y a pas lieu de parler de théorie générale de la traduction.

[2]Marshall McLuhan et, entre autres, des membres de la World Future Society de Washington s'étaient avancés dans ce genre de prédictions vers la fin des années 60. Que l'on se souvienne, en outre, du mythique "paperless office", le bureau aseptisé et sans papier dont radotaient - encore au milieu des années 80 (!) - les futurologues informaticomanes du telecommuting.

[3]"Le mot imprimé aura toujours le dernier mot" est le slogan d'une campagne publicitaire parue en France en 1985 en faveur de la presse écrite.

[4]Terminologie diachronique, *Actes du Centre de Terminologie de Bruxelles,* 1988, p. 190.

[5]La séduction demeure malgré tout l'ingrédient primaire de la publicité et donc de la publicité imprimée.

[6]Bien que "toute la linguistique générale depuis Saussure nous montre qu'il n'y a pas d'équivalences exactes d'une langue à une autre" (cf. Maurice Pergnier dans *La traduction*, Presses Universitaires de Lille), Georges Mounin, dans son désormais classique *Les problèmes théoriques de la traduction*, Gallimard, nous montre comment les universaux du langage, qui permettent d'affirmer la possibilité de la traduction, sont strictement liés aux universaux anthropologiques et culturels. Et de nous citer Joshua Whatmough qui écrivait, en 1956 : "Aussi différents que soient les aspects du langage, il y a cependant des universaux fondamentaux, intrinsèques aux langages, qui réapparaissent dans toutes les langues".

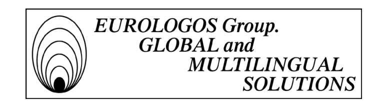
[7]"Dans une très belle page [Goethe] parle de trois niveaux de traduction: à partir du niveau littéral à une forme intermédiaire déjà affranchie de la fidélité aveugle et passive à l'original, jusqu'à parvenir au niveau qu'il appelle "un équivalent" de l'original, l'équivalent qui n'est pas la copie, mais plutôt un texte qui a une dignité autonome. Cette dignité s'affirme justement dans la relation avec l'original, mais également, comme en tout rapport authentique – même sur le plan humain –, dans l'autonomie. Une relation est authentique lorsqu'elle est produite entre paires, autrement elle est "fausse". Claudio Magris dans une de ses interventions au Congrès international de Trieste en 1989 intitulé : *Autori e Traduttori a confronto*, Actes publiés par Ljljana Avirovic et John Dodds, Campanotto Editore, Udine, 1993.

[8]Le copywriter, en sachant que tout ce qui est utile - comme disait un grand écrivain dont nous avons oublié le nom - risque d'être laid, doit essayer d'écrire des textes beaux, très beaux, bien que fonctionnels et dans l'axe stratégique du positionnement international du produit, tel qu'il a été choisi par le service marketing et communication.

[9]En réalité, ces précautions doivent toutes être fondées sur une confiance irréductible en la traduisibilité de n'importe quel propos : "Toutes les langues sont une(s) en ceci qu'y règne le logos, et c'est cela qui, par-delà leurs différences, fonde la traduction", Antoine Berman, *Les Tours de Babel*, T.E.R Editions, 1985.

[10]Saint Jérôme, patron des traducteurs, a vécu au quatrième siècle. Il est célèbre pour avoir traduit la Bible de l'hébreu et du grec vers le latin. Secrétaire du Pape Damase et chargé de missions dans l'ancienne Gaule et à Bethléem, saint Jérôme incarna la figure du polyglotte cosmopolite 1500 ans avant notre époque déjà. On peut se demander si le fait de finir ses jours retiré dans le désert en anachorète, ne constitue pas une némésis métaphorique de la vie des traducteurs, fatalement repliés sur eux-mêmes, à côté de la féconde aridité de leurs dictionnaires et face à l'horizon infini de leurs écrans.

[11]Du reste, il est chose courante que, même avec des textes originaux bien écrits, le traducteur se préoccupe de fournir une traduction communicative : "en privilégiant le lecteur d'arrivée, il tendra à opérer une sélection plus rigoureuse des logèmes, en n'hésitant pas à considérer intraduisibles, et donc à ne pas traduire, un certain nombre d'entre eux au nom d'une plus grande clarté et facilité de lecture du texte d'arrivée" (Federica Scarpa, *La traduzione della Metafora*, Bulzoni Editore, Roma,1989).



[12]Disposer d'un texte sans redondances, ambiguïtés, solécismes, paralogismes, répétitions, anacoluthes et autres handicaps stylistiques permet d'obtenir du premier coup des traductions presque homogènes. Le travail final de validation multilingue s'en trouve très réduit et incomparablement plus économique.

[13]Newmark écrivait : "(...) Assez répandue, bien que non universelle, est l'opinion selon laquelle le but principal du traducteur consiste à provoquer sur ses lecteurs, pour autant que cela soit possible, le même effet que celui produit sur les lecteurs de l'original". Peter Newmark, *Approaches to Translation*, op. cit.

[14]Emil Cioran (1918-1995) essayiste et philosophe devenu d'expression française à l'âge adulte.

[15]Il est à remarquer que les activités de traduction véhiculent, bien malgré elles, des styles de phraséologies appartenant aux langues étrangères. Ce qui produit, à la longue, des influences stylistiques réciproques : les langues synthétiques (comme l'anglais) devenant plus descriptives et analytiques, tandis que des langues dotées d'une rhétorique plus éloquente (les langues latines) voient diminuer - très doucement - leurs tendances baroques et ce que les professionnels appellent leur coefficient traductif de foisonnement.

[16]Marella Magris, de l'Université de Trieste, donne une explication pertinente de la multiplication des mots, tout au moins dans la terminologie technique: "Jadis on acceptait qu'un terme ait des significations diverses selon le domaine scientifique dans lequel il était utilisé; il y avait encore des distinctions très précises entre disciplines scientifiques. L'exigence de termes monosémiques est ainsi devenue plus forte". *Polisemia e omonimia* dans *Traduzione, Società e Cultura*, Campanotto Editore, Udine, 1992.

[17]De nombreux auteurs polyglottes éminents tels que Georges Steiner (anglais, français, allemand), Vladimir Nabokov (russe, anglais), Julien Green (français, anglais), Giuseppe Ungaretti (italien, français), jusqu'au dernier Hector Bianciotti (espagnol, français) ont déjà admirablement parlé de la coexistence jamais pacifique de deux ou plusieurs personnalités culturelles dans leurs âmes d'écrivain. L'accomplissement de leurs œuvres a toujours été complexe. Bien souvent ils ont écrit dans la langue parlée habituellement dans le pays de séjour.

[18]En réalité, c'est surtout le courage de couper, raccourcir, biffer, inverser, alléger, relier, expliquer, éclaircir, arrondir, bref c'est le courage de réécrire qui manque lorsque le texte est fraîchement couché. Il s'agit là d'une paresse d'intangibilité de l'écriture propre à la mémoire immédiate. Le lendemain matin, cela va déjà mieux : la myopie jalouse de la veille a beaucoup disparu. On peut commencer à peaufiner.

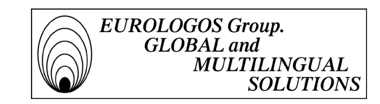
[19]Ulrich Heid, chercheur à l'Université de Stuttgart, dans son intervention au colloque *Terminologie diachronique* (op. cit.), notait qu'un traducteur "doit consacrer environ 40 % de son temps de travail à la recherche terminologique; (ainsi que pour différentes autres questions terminographiques que rencontre le traducteur technique)".

[20]Il ne faut pas confondre, bien sûr, la révision opérée par un deuxième traducteur homophone, ne travaillant - lui aussi - que dans la même langue maternelle du premier, avec la relecture de "contrôle" réalisée par un traducteur de langue maternelle différente. Même s'il était de force égale et reconnu comme pair du premier traducteur, ses remarques pourraient très difficilement prétendre à la valeur d'une véritable révision.

[21]Antoine Berman, dans *Les Tours de Babel*, op. cit.

[22]Jusque dans les années 50-60, il n'était pas rare de rencontrer des traductions - surtout littéraires - très libres, voire très libertines. Les traducteurs, souvent d'excellents écrivains, n'avaient pas comme souci premier de traduire fidèlement l'auteur étranger. La tendance à écrire leur livre, dans leur style à eux, pouvait dépasser allégrement la préoccupation de servir l'auteur dans le plus total dévouement. Les traductions ainsi produites étaient appelées les "belles infidèles".

[23]Par peur que l'on traite sa traduction de simple transposition, une catégorie de traducteurs recherche à tout prix à s'écarter de la morphologie et de la terminologie du texte original. Même au risque d'infidélités sémantiques. Ces traducteurs cherchent à s'éloigner de la forme du texte-source surtout lorsqu'ils traduisent vers une langue sœur qui, par contre, exigerait de conserver beaucoup de la structure, des équivalents lexicaux et du style de la langue-source.



L'horreur que l'on puisse mépriser leur texte comme un calque ou une traduction mot à mot amène d'excellents traducteurs à produire de "belles infidèles". A commettre, donc, ce que l'on peut considérer comme une erreur assez grave lorsqu'on a affaire à des textes dits "pragmatiques" : les textes techniques et commerciaux. Ceux-ci requièrent une transposition très proche de l'original et une rédaction stylistiquement irréprochable.
Voici ce qu'écrivait Peter Newmark dans son très connu *Approaches to Translation* (op. cit.) : "Dans un certain sens la transposition est un exercice de synonymie, mais l'habitude irraisonnable de remplacer des équivalents précis par des synonymes, souvent utilisés inconsciemment par le traducteur lui-même, dans le seul but de montrer qu'il a fait attention à l'interférence n'est pas justifiable".

[24]"Tandis qu'un homme de culture n'hésite pas à accepter une utilisation polysémique du même terme (même avec une nuance de sarcasme à cause des insuffisances de sa langue) la personne qui se sert uniquement de technolectes comme seul moyen d'expression refuse catégoriquement les expressions polysémiques par peur que le lecteur ne soit pas capable de les recontextualiser." Giancarlo Marchesini, intervention au Séminaire sur l'*undertranslation*, Ecole de traduction et d'interprétation, Université de Genève, 1994.

[25]"Le terme (l'aide à la traduction) désigne généralement les aides informatisées. Ces aides incluent les matériels et logiciels de traitement de texte, ainsi que les logiciels de traitement de texte à fonctions augmentées qui permettent l'accès à une ou plusieurs bases de données terminologiques (dictionnaires automatiques), les fenêtrages pour accès aux banques de données, à des fichiers de texte ou à des fichiers d'aide-mémoire". Daniel Gouadec, *Le traducteur, la traduction et l'entreprise*, AFNOR Gestion, 1989.

[26]"Si le traducteur et le terminologue sont moins directement concernés par les realia, choses et objets, ils le sont par ce qui les emporte: les mots". Georges Lurquin, *A travers l'épaisseur sémantique des termes*. *Traduction spécialisée et terminologie diachronique* (Intervention au Colloque organisé par le Centre de Terminologie de Bruxelles - Actes publiés sous la coordination et la rédaction de Caroline de Schaetzen).

[27]A propos de l'importance stratégique de la langue maternelle, il est intéressant de signaler l'étude de Jean-René Ladmiral, *Pour la traduction dans l'enseignement des langues*, publiée dans *La traduction : de la théorie à la didactique*, Presses Universitaires de Lille, 1986. Après avoir remarqué que "la traduction est une philologie appliquée", il souligne "l'importance que revêt la langue maternelle" : "Au risque de paraître un peu provocateur, nous dirons qu'au sein même de l'enseignement des langues étrangères, la langue étrangère n'est pas forcément l'essentiel et nous ne sommes pas éloignés de penser que cette dernière n'est qu'un détour emprunté pour mieux s'approprier sa propre langue."

[28]Un des best-sellers francophones en 1990-1991 a été le livre *Le capital lettres* d'Alain Etchegoyen, Ed. F. Bourin. Il présentait le sous-titre très significatif *Des littéraires pour les entreprises*. La complexité de l'univers managérial, commercial et marketing du post-industriel exige une élasticité mentale et culturelle que seuls possèdent les littéraires et les philosophes, convertis (bien entendu !) à la technique.

[29]Fidèles à notre engagement de ne pas écrire un livre de traductologie (fondamentalement, nous ne sommes que des praticiens !), nous pensons qu'il n'est pas inopportun de signaler synthétiquement les trois tendances fondamentales dans les modes de traduction.

Tout d'abord, le "littéralisme", c'est-à-dire le mode de traduction cherchant les équivalents sémantiques et lexicologiques dans la langue-cible tout en restant très proche de la morphologie de la langue-source (à ne pas confondre - comme on l'a déjà vu - avec les traductions mot à mot dites calques !).

Ensuite, l'adaptation libre, voire libertine, avec tout son cortège d'infidélités et de licences plus ou moins fantaisistes redevables de la subjectivité la moins contrôlée du traducteur (elle a produit - comme on l'a déjà vu - des siècles de "belles infidèles").

Et, finalement, le mode de traduction que Lawrence Humphrey, professeur à Oxford, avait déjà appelé, au milieu du seizième siècle, via media, c'est-à-dire un compromis entre les deux autres tendances.

Lequel de ces trois modes de traduction faut-il préférer ? Difficile, aujourd'hui, de choisir. Les trois modes sont valables dans des circonstances et pour des textes divers. Par exemple, le "littéralisme" s'impose pour les traductions de manuels techniques, et "l'adaptation" pour les textes publicitaires.

Nous renvoyons le lecteur, pour l'approfondissement de cette thématique, au livre de référence de Peter Newmark déjà cité et aux grands essayistes repris dans notre bibliographie. Nous recommandons notamment le



livre-référence écrit par Danica Seleskovitch en collaboration avec Marianne Lederer, *Interpréter pour traduire*, Didier Erudition, réédité en décembre 1993.

[30]Il est à remarquer que ce type de propositions correspond exactement à la mythologie scientiste du spécialisme tout puissant, encore très active dans la culture moderniste. Et ceci, malgré la lame de fond du post-modernisme commencée dans les années 70-80.

[31]En réalité, les traducteurs présentés comme des "spécialistes" ne prennent pas au sérieux les classements dans lesquels on voudrait les enfermer. Ils savent très pertinemment que, comme le disait le fondateur de la philosophie pragmatique américaine Ralph Barton Perry, "le spécialiste est celui qui sait de plus en plus de choses sur un domaine de plus en plus restreint, jusqu'à tout savoir sur rien".

[32]Anatole France, écrivain et fils de libraire n'avait pas de doute sur le fait que l'on "ne s'ennuie pas quand on a des ennuis". Les traducteurs ont tellement d'ennuis d'écriture et de transposition, qu'ils s'oublient en regardant le curseur de leur écran. Son cliquetis n'en finit jamais de leur tricoter la ligne de mots à laquelle ils ont accroché - éperdument, il faut bien le dire - leur existence professionnelle.

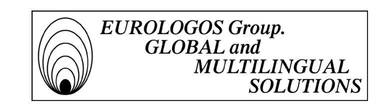
[33]"La traduction technique est souvent (et à propos) confiée à des *spécialistes*, c'est-à-dire à des personnes qui disposent d'une compétence ad hoc ; cependant, celle-ci est presque toujours sectorielle et est redevable de lectures et d'informations qui, dans le cas de l'informatique, proviennent pour la plupart de l'anglais." Giancarlo Marchesini, *Limites et risques de l'undertranslation dans les langages spécialisés*, Intervention au Séminaire de Forli (Italie), 1994.

[34]Michel Krzak, dans son étude *Terminologie et traduction* publiée dans *La traduction : de la théorie à la didactique* (op. cit.), après avoir noté que le traducteur est souvent "confronté à des problèmes de corrections lexicologiques et de recherches d'équivalences de termes dans des domaines d'activités très divers", justifie pleinement l'intervention des consultants techniques : "C'est pourquoi il est indispensable que le traducteur puisse trouver compétence et collaboration auprès de spécialistes, qu'ils soient ingénieurs ou économistes, techniciens ou scientifiques, en plus de la consultation de dictionnaires et d'ouvrages de références, afin de répondre avec efficacité aux attentes des commanditaires, des destinataires, clients privés ou grand public".

[35]Au risque de passer pour des rhéteurs un peu enflés, nous rappelons ce que l'on sait déjà. Bien écrire est une discipline rude et longue, très longue à apprendre. Les ingénieurs ne s'y sont jamais vraiment initiés, ayant - généralement par vocation - consacré leurs énergies intellectuelles aux choses et non aux mots. Ce qui faisait écrire, par ailleurs, à Jean de La Bruyère : "La gloire ou le mérite de certains hommes est de bien écrire, et de quelques autres, c'est de n'écrire point".

[36]Il va de soi que nous ne pensons pas qu'une traduction technique puisse être réalisée mot à mot. Nous partageons sans réserve la remarque que le professeur Seleskovitch avançait à ce propos en 1968 : "Supposer que l'on puisse passer d'une langue à l'autre par une simple transposition de mots, sans l'intervention de l'intelligence de celui qui "traduit", serait attribuer aux langues une existence objective, leur prêter une fonction autonome et assimiler forme du message et information." Danica Seleskovitch, *L'interprète dans les conférences internationales*, Lettres Modernes, 1968.
Même le professeur Federica Scarpa, dans un de ses textes de 1992 publiés dans *Traduzione, Società e Cultura*, op. cit., soutenait cette thèse : "Naturellement, la compréhension de la terminologie spécialisée de la part du traducteur doit être remise dans le contexte plus vaste de la traduction en tant qu'acte de communication interlinguistique, de façon à ce que la compréhension du texte original devienne une condition préalable indispensable à une bonne traduction".

[37]Naturellement, la condition idéale pour la traduction d'un texte technique est de disposer d'un traducteur connaissant bien les deux langues (la langue-source pour la compréhension et la langue-cible pour la restitution) tout en connaissant également le domaine. Normalement, le traducteur généraliste devient rapidement un expert au bout de sa première traduction spécialisée grâce à l'aide du technicien-conseil ou du client lui-même. Et puis, comme le rappelle Michel Ballard dans son essai déjà cité, *La traduction relève d'une pédagogie*, "le sens dépend étroitement d'une forme". Celle du texte-source, surtout s'il est bien intelligible.



[38]Ad Hermans, chercheur au Centre de Terminologie de Bruxelles, a donné dans son *Dictionnaire des termes de la sociologie*, Ed. Marabout, la définition de ce “savoir non systématisé” dont “l’incidence sur les pratiques scientifiques et vice versa” est étudiée par la discipline appelée doxologie.

[39]“La terminologie a une fonction dénominative : elle ne s’intéresse pas qu’aux mots, mais bien aux rapports notion-dénomination. Nommer la réalité, de manière précise et adéquate, telle est sa spécialité”, Jean-Marie Fortin, Directeur des services linguistiques, Office de la langue française, Québec. *L’apport de la terminologie dans la promotion d’une langue*, dans *Terminologies nouvelles,* n° 6, décembre 1991 (Agence de coopération culturelle et technique et Communauté française de Belgique).

[40]Maurice Pergnier, l’auteur de *Fondements sociolinguistiques de la traduction*, Ed. Slatkine, 1980, après avoir rappelé dans son essai, *La traduction, les structures linguistiques et le sens*, que “traduire c’est changer de structure linguistique en essayant de préserver l’identité du contenu”, insiste sur “la constatation selon laquelle toute séquence d’une langue n’a pas une traduction mais des traductions possibles”.

[41]Attention à la culture scientiste et “techno” des ingénieurs ! Le fondateur de la famille de banquiers Rothschild aimait répéter hyperboliquement qu’il y a “trois manières de se ruiner : le jeu, les femmes et les ingénieurs”. Il faut néanmoins remarquer qu’au cours de la dernière décennie, à l’instar de la conversion des littéraires aux bienfaits de la culture technique, beaucoup d’ingénieurs se rapprochent rapidement de la culture humaniste et du savoir-faire en communication.

[42]“Parfois l’auteur est contraint de placer ses espoirs en Dieu. Je ne pourrai jamais contrôler une traduction en japonais d’un de mes livres”. Umberto Eco, *Atti del convegno internazionale Trieste*, op.cit.

[43]Henri Miller, un des auteurs les plus traduits, se posait le même problème à propos de la traduction littéraire. “Tout auteur, quel qu’il soit, en vient fatalement à se demander, un jour ou l’autre, ce qu’a pu devenir son œuvre entre les mains des traducteurs, surtout lorsque les traductions sont dans des langues qu’il ne connaît pas du tout”. (Cité par Alain Duchesne et Thierry Leguay dans *Petite fabrique de littérature*, Editions Magnard).

[44]“Traduire – écrivait le traductologue allemand Friedmar Appel – est, dans l’absolu, une des plus complexes activités de l’esprit humain”, *Il manuale del traduttore letterario*, Guerini e associati, 1993.

[45]Le coût des traducteurs internes est presque prohibitif pour les entreprises. Seuls les organismes publics peuvent tranquillement se les payer (jusqu’à quand ?) vu que leurs budgets sont toujours remis en équilibre par le contribuable. Ce dernier ne sait en général pas, d’ailleurs, que le coût d’une page traduite par une chère institution étatique ou européenne est 5 à 12 fois supérieur au prix le plus élevé du marché. Déjà le double serait scandaleux ! La lecture annuelle des rapports des différentes Cours des Comptes en fait inutilement foi depuis au moins un quart de siècle.

[46]“Dire que c’est inacceptable - disait Raymond Aron qui avait le goût du paradoxe - c’est dire qu’on accepte”.

[47]Il faut avouer que beaucoup trop de traducteurs et de copywriters - donc même des professionnels de l’écriture ! - sont parfois dépourvus de ces mêmes outils critiques. Très embarrassant. Nous avons rédigé un glossaire de quelques 309 mots auquel est consacrée la huitième partie de cet ouvrage, afin de baliser les territoires lexicaux de nos professions. Copywriting, traduction, adaptation, communication publicitaire, marketing et éditing-presse en sont les repères thématiques. Il serait paradoxal que les professionnels de la parole imprimée n’aient pas les... mots pour le dire.

[48]Souvenons-nous : un fonctionnaire - aussi petit soit-il - est toujours le personnage qui après plus de trois générations a réussi l’exploit de conforter imperturbablement l’image surréelle que Georges Courteline déjà avait donnée de lui : “Un ministère est un endroit où ceux qui arrivent en retard croisent dans l’escalier ceux qui partent en avance”. Et Courteline ne connaissait pas (heureusement) le “moderne” fonctionnaire-technocrate massifié de nos jours !

[49]Nous tenons ici à souligner la différence essentielle entre “humilité” et “modestie”. Le professionnel de l’écriture, surtout multilingue, est rarement modeste et il est toujours humble. La conscience de pratiquer un des métiers les



plus nobles lui interdit de cultiver la vertu suspecte de la modestie (toujours soupçonnée de faux orgueil !). En même temps, l'angoisse de pouvoir toujours se tromper et de ne pas être à la hauteur de la tâche, le rend foncièrement prudent et humble.

[50]George Steiner, sans doute le plus grand linguiste et critique littéraire contemporain - il parle et écrit (!) phénoménalement en trois langues "maternelles" -, décrit dans son mémorable *Après Babel*, Albin Michel, la "compréhension confiante et généreuse" propre au traducteur qui se penche sur un texte.

[51]Lorsqu'un Philippe Sollers se plaint qu'il "n'y a plus de critiques", il fait allusion à la disparition - en réalité à peine progressive - des critiques littéraires (comme Jacques Brenner) qui s'occupent vraiment du texte et de l'écriture.

[52]Valéry Larbaud, dans son chef-d'œuvre jamais assez cité *Sous l'invocation de saint Jérôme*, écrivait : "Un beau style ne peut sortir que d'une langue bien vivante et saine, et donc bien nourrie d'emprunts". Et de continuer : "En domaine roman, les langues germaniques peuvent fournir de bonnes greffes, l'anglais surtout, qui est pour moitié du très ancien français et du latin, bien vivants et en plein usage. Quant aux langues germaniques, littéralement plus jeunes que les romanes, leur tendance naturelle est de se latiniser toujours plus..."

[53]Il faut remarquer, cependant, que les puristes ont contribué à une splendide victoire sur le terrain contre la "réforme" imposée bureaucratiquement par le gouvernement Rocard en France. C'était le temps - il y a quelques années à peine - où le dirigisme interventionniste de l'Etat (toujours bien vivant, du reste) prétendait sévir même dans le domaine de la langue, contre l'usage. Ou, comme aurait dit Grevisse, contre le "bon usage" de la langue.

[54]Joachim Du Bellay, *Défense et illustration de la langue française*, Paris, A. Angélier, 1549, cité par Claude Hagège dans *Le français et les siècles*, Edition Odile Jacob, 1987.

[55]Le même Hagège écrit : "Il est naturel que les objets et les notions pénètrent dans le sillage des mots qui les désignent, et réciproquement". Sur ce même point, Seleskovitch avait observé en 1968 déjà que "le phénomène d'interférence linguistique est universel ; de nos jours les journaux français diffusent quotidiennement des informations d'agences de presse anglo-saxonnes pullulant d'anglicismes qui font ensuite fortune en français." (op. cit.)

[56]On appelle corrections d'auteur celles apportées à un texte sans qu'elles dépendent des fautes de composition. Contrairement à ces dernières, elles sont toujours payables. De même, les modifications introduites par un correcteur dans un texte traduit et qui concernent des changements affectant le sens ou la morphologie du texte original, sont considérées comme des corrections d'auteur. Il en va de même pour les corrections synonymiques introduites par un correcteur chargé par le client de "contrôler" le texte qui lui a été fourni, par exemple, par un bureau de traduction.

[57]*Traduire : théorèmes pour la traduction*, Petite bibliothèque Payot, 1979.

[58]*La liberté en traduction*, Actes du Colloque International tenu à l'E.S.I.T. les 7, 8, 9 juin 1990, réunis par Marianne Lederer et Fortunato Israël, Didier Erudition, 1991.

[59]Maurice Grevisse, très célèbre grammairien, auteur de la plus grande grammaire française au titre révélateur *Le Bon Usage*, publiée et republiée depuis 1936. Joseph Hanse, membre de l'Académie de Langue et Littérature française et célèbre auteur du *Dictionnaire des difficultés grammaticales et lexicologiques* dont la première édition date de 1949. Albert Doppagne, membre du Conseil international de la Langue française et auteur de nombreux livres de lexicographie. André Goosse, professeur émérite de l'Université catholique de Louvain, membre de l'Académie royale de Langue française et gendre de Maurice Grevisse (aidé par son épouse, née Grevisse, il vient de publier une treizième édition revue et refondue du *Bon Usage* sous les presses de Duculot, 1993).

[60]Outre quatre chaînes françaises (TF1, France 2, France 3 et Canal+), les Belges reçoivent par câble TV5, Arte, RTL-TVI, Club RTL, trois chaînes francophones nationales (RTBF-La Une, RTBF-La Deux et Eurosport/21) ainsi que des chaînes régionales et locales. A cette dizaine de chaînes en français s'ajoutent deux chaînes anglaises, deux

en américain, quatre en allemand, six en néerlandais, une en italien (RAI) et une en espagnol (TVE). Sans parler de toutes les autres que l'on peut recevoir par satellite ou des programmes multilingues comme Eurosport.

[61]La véritable patrie, on le sait, réside toujours au cœur de sa langue. Aujourd'hui, le sentiment patriotique coïncide très fréquemment même avec elle.

[62]La loi de Lawrence J. Peter : "Dans une hiérarchie, tout employé tend à s'élever à son niveau d'incompétence".

[63]La technocratie n'a pas fait des ravages que dans les institutions publiques et européennes. Elle s'est également nichée dans certaines entreprises du secteur privé. Comment ? Très simplement, en déguisant - classiquement - la technique du pouvoir en pouvoir de la technique.

[64]"On ne peut pas faire en même temps son métier et sa carrière", disait déjà Edouard Herriot, écrivain et homme politique français de la troisième République. Les traducteurs indépendants, qui constituent la majorité de la profession (traducteurs fonctionnaires exclus), ne risquent pas d'être dévoyés par leur carrière : contrairement à leurs ingénieurs-correcteurs, ils n'en ont pas. Ils seront traducteurs toute leur vie, sauf à changer de métier.

[65]En 1946 déjà, Valéry Larbaud avait plaidé la cause des correcteurs spécialistes : "Pourquoi - disait-il - consultons-nous si rarement les gens qui pourraient nous donner des renseignements utiles et proposer des solutions heureuses aux difficultés qui nous arrêtent dans nos traductions ?"

[66]Henri Van Hoof, Professeur honoraire de l'Institut Supérieur de Traduction Marie Haps de Bruxelles et grand essayiste d'ouvrages érudits de traductologie, s'exprime ainsi autour de ce sujet : "En effet, à l'intérieur d'un même code, il faut bien admettre que l'idiolecte du locuteur peut déjà différer de l'idiolecte du récepteur. (...) L'acte de communication ne réalisera donc jamais une coïncidence parfaite. C'est là une constatation de la plus haute importance pour la théorie de la traduction et le regretté Jiri Levy l'avait très bien compris lorsqu'il affirmait "l'expression formelle de la traduction n'a rien d'absolu, mais ne représente qu'une possibilité parmi beaucoup d'autres"". *Précis pratique de traduction médicale*, Maloine, 1986.

[67]Le texte ressemble à une peinture au moins par un aspect. Lorsqu'on le corrige, attention aux équilibres des lignes et des couleurs. C'est pour cela que le peintre Eugène Delacroix donnait deux indications apparemment contradictoires : "la première, c'est qu'il faut beaucoup corriger; la seconde, c'est qu'il ne faut pas trop corriger". Autrement dit, après les nombreuses corrections du traducteur, du réviseur et du terminologue-coordinateur, attention aux corrections finales qui peuvent tout gâcher !

[68]Le consensus créé par une opération d'éditing multilingue constitue toujours un petit miracle interculturel dont les pays d'Europe ont le secret. Avec ses deux ou trois douzaines de langues à rassembler, notre vieux continent entretient une gymnastique spirituelle et dialogique qui demeure le prototype politique et culturel de référence le plus élevé de la planète. Même aujourd'hui.

[69]Il faut rappeler que l'UNESCO a répertorié pas moins de 4.000 langues vivantes dans le monde entier.

[70]Dans ses *Lettres philosophiques*, Voltaire s'est abandonné à une invective - en citant même saint Paul ! - à l'encontre des traductions mot à mot : "Malheur aux faiseurs de traductions littérales, qui en traduisant chaque parole énervent le sens ! C'est bien là qu'on peut dire que la lettre tue, et que l'esprit vivifie". A l'évidence, le père de *Candide* utilise ici l'adjectif "littéral" dans l'acception opposée à celle que nous lui avons attribuée dans les chapitres précédents. Il en parle, en effet, dans le sens de "mot à mot", de "calque". La traduction littérale, bien que très proche du texte-source, consiste toujours en une traduction sémantiquement fidèle et stylistiquement irréprochable. Le nec plus ultra de la traduction.

[71]A la rigueur on parle d'une adaptation lorsqu'on transpose un message, une œuvre vers un autre langage de communication. D'un livre vers l'écran ou vice-versa. D'un roman vers une pièce de théâtre. Mais en réalité, il y a adaptation même lorsqu'on demeure dans le domaine de l'écriture. Par exemple, lorsqu'on réduit des textes pour les enfants en les réécrivant après les épurations érotiques ou après les raccourcis des passages trop complexes. Il y a également adaptation lorsqu'on condense des livres pour des lecteurs pressés ou paresseux. On a des adaptations

lorsqu'on traduit vers les langues modernes des textes anciens écrits dans les langues correspondantes d'autrefois et aujourd'hui considérées comme archaïques.

[72]"Dans le processus traductif, donc indépendamment du type de texte qu'il a sous les yeux, le traducteur se trouve au centre du processus dynamique de la communication en tant que médiateur entre l'auteur du texte de départ et les lecteurs de la langue d'arrivée, c'est-à-dire le médiateur culturel qui essaie de surmonter les obstacles de nature différente qui s'interposent au transfert du sens d'une culture à l'autre. Federica Scarpa, *Traduzione, Società e Cultura,* n.4, Edizioni Lint, 1994.

[73]Encore qu'on puisse vraiment se vanter d'avoir du génie, il serait malvenu qu'un traducteur le fasse pour son travail qui n'en demande pas autant. Le talent lui suffit largement. Par ailleurs, quelqu'un avait déjà bien noté (les frères Goncourt, si nous ne nous trompons pas) que le génie n'est que "le talent d'un homme mort".

[74]Nous tenons beaucoup à recommander la lecture d'un livre de Josiane Podeur, *La pratica della traduzione,* Liguori Editore, 1993, dans lequel figure un tableau très clair des définitions des différentes formes de traduction:

	FRANÇAIS	ANGLAIS
EMPRUNT	bulldozer	fuselage
CALQUE	économiquement faible	normal school
TRADUCTION LITTERALE	l'encre est sur la table	the ink is on the table
TRANSPOSITION	défense de fumer	no smoking
MODULATION	complet	no vacancies
EQUIVALENCE	comme un chien dans un jeu de quilles	like a bull in a China shop
ADAPTATION	cyclisme	A. Brit. : cricket A. Am.: baseball

[75]Le premier atout de la rédaction, c'est bien sûr le talent de la création, celle que les anciens appelaient l'"inventio". Dans ce livre, nous ne parlons pas, comme promis, de cette toute première et fondamentale phase de l'éditing. Elle concerne la conception-rédaction dont nous nous sommes occupés exclusivement du point de vue de sa traduisibilité. Par ailleurs, de l'"inventio", c'est à dire de ce qu'on appelle aujourd'hui la "création", on parle beaucoup - même trop - depuis une bonne douzaine d'années.

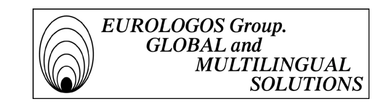
[76]Afin de nous rappeler la relativité des peines auxquelles sont soumis parfois les traducteurs, il suffit de citer ce que Siri Nergaard écrit dans l'introduction de son livre *La Teoria della traduzione nella storia*, Strumenti Bompiani, 1993: "L'humaniste typographe, éditeur et traducteur Etienne Dolet fut condamné au bûcher, en 1546, pour avoir traduit - dit-on - un des dialogues de Platon d'une manière telle à impliquer le doute sur l'immortalité de l'âme".

[77]Pour les imprimés en quadri de qualité très élevée, on a souvent continué à utiliser les scanners à haute résolution des photograveurs.

[78]Il s'agit de disques en plastique, de quelques centimètres, gravés selon le système très classique des disques noirs. Ce disque est collé sur la page (généralement cartonnée) du livre, et c'est le pick-up d'un petit appareil acoustique qui tourne sur le sillon afin d'en reproduire les sons enregistrés. L'enfant positionne son petit lecteur de disquette et presse le bouton de mise en marche, pour écouter l'enregistrement, tout en lisant (!) le texte.

[79]"Le doublage, à l'instar de la traduction en général, ne fait pas face qu'aux aspects relatifs à la langue comme la représentation verbale d'un objet, mais s'occupe également de ceux relatifs au contexte culturel dans lequel l'objet se situe". Bettina Bovinelli et Serena Gallini, in *Il doppiaggio, Trasposizioni linguistiche e culturali*, CLUEB Ed., 1994.

[80]Certaines entreprises d'éditing multilingue et des studios d'enregistrement situés en Belgique - pays polyglotte et compétitif par excellence - sont en train de s'accaparer une partie considérable de ce marché au niveau européen. Par ailleurs, ce sont des éditeurs américains - surtout de la côte ouest - qui semblent avoir élu Bruxelles "Hong-kong



intellectuelle et polyglotte”, pour la traduction et le doublage d’une partie considérable de leurs productions audio-visuelles destinées aux marchés linguistiquement et culturellement multiples de l’Europe.

[81]Le plus grand expert en interprétation de conférence, Danica Seleskovitch, déjà citée, présentait ainsi l’aptitude “interprétative” de l’interprète de conférence : “Le célèbre acteur Garrik prétendait qu’il lui suffisait de réciter l’alphabet pour faire rire ou pleurer un public par la seule modulation de la voix. Sans aller aussi loin, on peut affirmer que lorsqu’il s’agit de transmettre un discours rhétorique, l’interprète porte l’essentiel de son attention sur son expression”. *L’interprète dans les conférences internationales*, op. cit.

[82]“(...) dans ce type de recherche, il n’est pas nécessaire de trop s’arrêter sur le problème de la mémoire; un interprète, en effet, devrait disposer, de par sa naissance mais également par l’exercice, d’une mémoire plus ample, plus capable, plus rapide et plus facilement adaptable que celle d’une personne normale”. Franco Crevatin, directeur et professeur de linguistique à l’Ecole d’Interprètes de l’Université de Trieste, dans une de ses interventions en anglais au *First International Symposium, Conference Interpreting at the University of Trieste* (Campanotto ed., Udine, 1989).

[83]Ainsi que dans les opérations de doublage, l’interprète en simultanée – afin de donner à ses auditeurs la possibilité de bien saisir le timbre et le ton de l’orateur – utilise souvent cette précaution de commencer son interprétation après quelques séquences de mots.” Si l’on veut donner l’idée du ton et de la façon de parler de l’interlocuteur, on le laisse commencer sa phrase et on n’attaque que trois, cinq secondes plus tard en baissant la voix de l’interlocuteur et en introduisant la traduction-interprétation en voice over”. Karina Pönniö, *Voice over, narration et commentaire,* intervention à l’International Forum Strasbourg du 22-24/6/1995 organisé par la FIT (Fédération Internationale des Traducteurs) intitulée *Communication audiovisuelle et transferts linguistiques*.

[84]A la difficulté propre aux conférenciers, qui est de parler en public, les interprètes ajoutent celle de l’improvisation. De surcroît, comme observait Jules Renard à propos des orateurs, ils doivent “penser à ce qu’on dit” après avoir pensé et traduit “ce qu’on dit”. Rapidement, très rapidement.

[85]Roland Barthes, le célèbre auteur du *Degré zéro de l’écriture* (1953) et de *Fragments du discours amoureux* (1977), disait que “le dictionnaire est une machine à rêver”. Les interprètes, contrairement aux traducteurs, ne travaillent pas avec les dictionnaires. Ou, tout au moins, pas pendant les séances d’interprétation. Ils les utilisent par contre intensivement avant, pour se préparer sur le plan terminologique.

[86]Le Plan Marshall - il n’est peut-être pas inutile de le rappeler - vit le jour en 1947-48. Seize pays européens y adhérèrent. Il prévoyait un programme d’aides (85 % gratuites et 15 % sous forme de prêts à long terme) appelé European Recovery Program. Une véritable manne pour l’Europe (effondrée après la guerre ; tout était à reconstruire). Et, naturellement, pour les U.S.A. ! Aujourd’hui, l’Union européenne serait appelée à en faire autant avec les autres peuples européens et les marchés très importants du Maghreb, notamment. Mais la génération qui nous a précédés a, c’est le cas de le dire, “tout bouffé” tout en nous laissant une ardoise à payer encore plus salée que le montant que nous aurait permis un Plan de relance interne à nos pays et d’aide aux nations en quête de prospérité et de démocratie. Merci papa, merci maman.

[87]A vrai dire, les déficits publics des pays de l’Union européenne ont continué à augmenter allègrement, même en 1994-95 et 1996. En 1998, année de la réédition de ce livre, les pays membres de l’UE s’estimeront heureux s’ils arrivent à contenir leur endettement au-dessous de 3% (taux maximal fixé par le traité de Maastricht). Nous sommes donc bien loin, et encore plus éloignés que jadis, d’avoir résolu le problème des dettes (malgré les assurances réitérées par la grande majorité de nos classes politiques européennes).

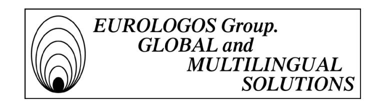
[88]Le travail à temps partiel et, plus généralement, la flexibilité du travail ont toujours été combattus de manière irraisonnée par les syndicats comme des atteintes aux intérêts des travailleurs.

[89]Dans l’indifférence générale la plus indécente, quelques économistes éclairés proposent depuis au moins une douzaine d’années d’introduire dans les constitutions de nos sociétés démocratiques, l’interdiction pour les gouvernements d’endetter massivement les Etats dont ils gèrent - toujours provisoirement - les affaires. Au lieu de compromettre ignoblement le futur des générations suivantes, les gouvernements devraient même être obligés (en bons pères de famille) de constituer des fonds pour faire face à des calamités naturelles ou économiques. Et ceci,

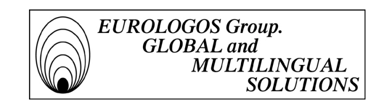


indépendamment des demandes pressantes des différentes corporations et de parties importantes de la population visant à obtenir sans cesse des avantages. Sans parler des réserves exceptionnelles dont ces gouvernements devraient toujours disposer pour les utiliser à bon escient afin de financer des politiques socialement généreuses et de grande envergure. Dans ces cas, même en empruntant, très modérément et ponctuellement, à ses citoyens. A des taux très bas, naturellement, afin de ne pas détourner les investissements au détriment des entreprises !

[90]Il ne nous apparaît pas inopportun, au terme de ce livre, de citer ce qu'écrivait José Ortega y Gasset dans son essai *Misères et splendeurs de la traduction*, publié en 1937 et toujours très actuel: "Je pense que la traduction est très difficile, qu'elle est impossible, mais que c'est précisément pour cela qu'elle est si nécessaire. Je crois même que nous sommes arrivés pour la première fois au point de pouvoir tenter le travail de traduction en grand style et jusqu'au bout".



Index des noms



◊

Version définitive, 26 novembre 2002